business online

ÁRA: 975 FT
04/6

Tőzsdére megy a Google

Minden idők legjobban várt dot-com részvény-kibocsátása

200 000-nél többen széles sávon

Projektmenedzsment elméletben és gyakorlatban

Homogén generáció
Európai fiatalok a márkák világában

CIO Fórum

– immár hatodszor

Érett rendszerek beérő piacokon

Barbara Dreskával, az LLP ügyvezetőjével ERP- ről és CRM-ről

Van új a nap alatt?

Weyer Balázzsal, az Origo főszerkesztőjével a magyar web jövőjéről

9771416505007 04060

CRM / ERP / ELEKTRONIKUS KERESKEDELEM / E-GAZDASÁG / ONLINE PÉNZÜGYI SZOLGÁLTATÁSOK

MOBILTELEFÓNIA / INTERNETSTRATÉGIA / TUDÁSMENEDZSMENT / PROJEKTMENEDZSMENT / BI

Szerkesztőség:

Széll András aszell@prim.hu
főszerkesztő

Fábián Gábor gfabian@prim.hu
olvasószerkesztő

Fekete Gizella gfekete@prim.hu
rovatszerkesztő (Tanácsadó)

Tihanyi László tihanyi@infopen.hu
rovatszerkesztő (CIO)

Mészáros Péter pmeszaros@prim.hu
hírszerkesztő

Henger Attila henger@prim.hu
tördelőszerkesztő

Hirdetésfelvétel:

Henger Ágnes agika@prim.hu
hirdetési igazgató Tel.: 0620-9343-077

Walkó Boglárka bwalko@prim.hu
Tel.: 0630-9840-226

Kiadja:

Adverticum Rt. www.prim.hu
1118 Bp., Ugron Gábor u. 35.

Szabó Hédy hszabo@prim.hu
felelős vezető Tel.: 248-3230

A kiadó a MATESZ tagja.

A magazin ára: 975 Ft

Előfizetési díj egy évre: 7800 Ft

Megrendelhető:

levélben, faxon vagy e-mailben

Kiss Éva ekiss@prim.hu
Tel.: 248-3230
Fax: 248-3250

Írásaink szerzői jogvédelem alatt állnak. Mindennemű utánközléshez vagy elektronikus rendszerben való tároláshoz a kiadó hozzájárulása szükséges.

Nyomja: Veszprémi Nyomda Rt.
8200 Veszprém, Őrház u. 38.
Telefon: 06-88-591-630

HU ISSN 1416 5058

Civilek a spam ellen

Ahogy nemrég a 2F 2000 Kft. és a Clearswift Co. közös sajtóbeszélgetésén elhangzott, szűk egy év alatt megduplázódott a spamek száma: ma minden e-mailre kilenc kéretlen küldemény jut. Év végére akár 95%-ra is emelkedhet ez az arány. A probléma olyan súlyossá válhat, hogy új szabványt kell majd bevezetni az internetes kommunikációban a ma használatos SMTP-protokoll helyett.

Hogyan válhatunk a spammerek áldozatává?

Úgy, hogy e-mail címünket „nyilvánosságra hozzuk". Vállalatunk honlapján feltüntetjük, hogy ügyfeleink kapcsolatba tudjanak lépni velünk, személyes honlapunkon pedig azért, hogy barátaink megtehessék ugyanezt. Közben pedig okos kis robotok – programok – átfésülik a net minden szegletét, és az összegyűjtött e-mail címeket máris használhatják a spamek küldői. A másik lehetőség, hogy e-mail címünket mi magunk adjuk meg különböző cégeknek internetes szolgáltatásaik igénybevételéhez. Regisztrálni szeretnénk magunkat egy állás- vagy társkeresőben, egy hírlevélre vagy egy vicckülldő szolgáltatásra – és nem igazán lehetünk biztosak abban, sokszor még az adatkezelési elvek elolvasása után sem, hogy a cég nem fogja jó pénzért eladni elérhetőségünket.

Ebben a helyzetben örömmel üdvözölhetjük az Internet Fejlesztési Alapítvány (INFA) ingyenes szolgáltatását, amelyet a spam elleni küzdelem égisze alatt indított.

Az INFA minden internetfelhasználó számára elérhető szolgáltatásának elnevezése „eldobható e-mail cím", amely a **www.infa.hu** weboldalon vehető igénybe. Lényege, hogy megakadályozza a különféle regisztrációk során megadott e-mail címünk spamküldésre való későbbi felhasználását, mivel eldobható címünk 24 óra múlva megszűnik.

A szolgáltatás lényegében egy e-mail továbbító rendszer, amely a regisztrálótól elkéri már használatban lévő, saját elektronikus levélcímét, azután véletlenszerűen generál egy 24 órán keresztül elérhető címet, majd az oda érkező leveleket szűrés nélkül továbbítja a felhasználó állandó postafiókjába.

Kipróbáltam, működik. Nincs gondja a csatolt állományokkal sem, használata egyszerű. Érdemes igénybe venni, ha új netes szolgáltatásokra szeretnénk jelentkezni, és nem igazán bízunk a szolgáltató adatkezelési eljárásának tisztaságában.

Az INFA-ra pedig érdemes odafigyelni. A civil szervezet márciusban alakult, jogerős bejegyzése május 17-én történt meg. A honlap tanúsága szerint jelenleg négy különböző közhasznú projekt előkészítését végzi. Az első civil szervezeteknek, alapítványoknak, egyesületeknek kíván segítséget nyújtani, hogy ingyenesen honlaphoz, tárhelyhez, illetve e-mail címekhez jussanak. A második rászorultakat kíván internetezésre alkalmas számítógéphez juttatni, szintén ingyenesen. A harmadik – számomra legzavarosabban körülírt – projekt ingyenes tárhelyekről szól, míg a negyedik, amely eddig az egyetlen működő, a már említett eldobható e-mail cím.

Nem tudom, hogy a láthatóan még gyerekcipőben járó INFA milyen sikereket fog elérni, én mindenesetre szurkolok neki. Az biztos, hogy az eldobható e-mail cím jó ötlet, hasznos szolgáltatás minden internetfelhasználó számára.

SZÉLL ANDRÁS

A Millward Brown 10 európai országban, köztük Magyarországon végzett felmérést a 18–25 éves fiatalok körében. A kutatásból kiderül, hogy a kulturális különbségek ellenére az európai fiatalok több dologban hasonlítanak egymásra, mint amennyiben különböznek.

A Business Online 6. számának tartalma

aktuális ◊

Civilek a spam ellen 3.

Hírek 6.

Tisztulni fog az informatikai piac 10.

Előnyben a fiatalok, a politikusok és a nagyvállalkozók 11.
A gyakori internetezők véleménye az EU-ról

Kétszázezernél többen széles sávon 14.
A legnépszerűbb az ADSL

A távoli elérés távlatai 17.
Önkormányzatoknál bevált

CIO Fórum 18.
– immár hatodszor

OKI Live 2004 22.
Új nyomtatók, új koncepció

Tőzsdére megy a Google 24.
Minden idők legjobban várt dot-com részvénykibocsátása

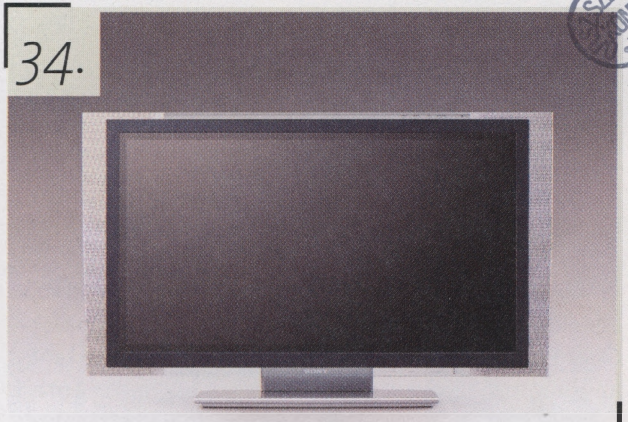
Homogén generáció 28.
Európai fiatalok a márkák világában

szabadidő ◊

A tömegmédia megújulása 34.
Digitális tévé kontra internet

Amikor egy csavar meglazul 38.

Behálózva: 42.
Polgár Zsuzsa sakknagymester, többszörös világ- és olimpiai bajnok



Az információs társadalom alaptechnológiáját jószerivel mindenki az internettel azonosítja, és hajlamosak vagyunk megfeledkezni egy másik igen jelentős forrásról, a televíziózásról.

E-kereskedelemmel foglalkozó sorozatunk első részében az e-business megoldások üzleti, kulturális feltételeinek megteremtéséről igyekeztünk képet adni. Mostani cikkünkben a nemzetközi rangsorban elfoglalt helyünket vizsgáljuk meg, és az elektronikus piacterek közül a végfelhasználókat megcélzó internetes kereskedelemre (B2C) koncentrálunk.

Horvátország, te kincsesládika! 45.
A szomszédban vár a tenger...

Képzeletbeli utazások 46.

Van új a nap alatt? 48.
Weyer Balázzsal, az Origo főszerkesztőjével a magyar web jövőjéről

üzlet ◊

A Linuxra tettek 54.
A Novell és szövetségesei a nyílt forráskód mellett

Helyi honlapok a hálón (II.) 56.
E-ügyintézés: a Balkánról Európába?

tanácsadó ◊

Humáninformatikai trendek 59.
Gyorsabb és hatékonyabb folyamatkezelés integrált rendszerekkel

Az SMC víziója a vezeték nélküli hálózatokról 61.

Érett rendszerek beérő piacokon 62.

Projektmenedzsment elméletben és gyakorlatban 66.

Változások és alkalmazkodások 70.
Amikor egy projekt nem úgy alakul...

E-világi üzletek (II.) 71.
Vásárlás a karosszékből

Nyitott kapuk? 76.
Az ERP2-megoldások piacán

ajánló ◊

Rendezvénynaptár 82.

Üzlet

ÚJ VEZETŐ AZ ALBACOMPNÁL

Strommer Pál az Accenture elnöki székét az Albacomp konzultációs vezérigazgató-helyettesi pozíciójára cseréli, ahol június 1-jétől kamatoztatja tapasztalatait.

http://hirek.prim.hu/cikk/40055

HITEL A MATÁVNAK

Újabb 60 milliárdos hitelt vesz fel a Matáv a Deutsche Telekomtól. A két cég forint alapú hitelszerződést írt alá a rövidesen kifizetésre kerülő osztalék részbeni finanszírozására.

http://hirek.prim.hu/cikk/40051

ÚJ VEZÉRIGAZGATÓ AZ INVITEL RT. ÉLÉN

Az Invitel Távközlési Szolgáltató Rt. vezérigazgatójává 2004. június 2-ával *Martin Leát* nevezte ki a cég igazgatósága. Az értékesítési és marketinges múlttal rendelkező új vezető az elmúlt 12 évben támogatási, távközlési és hálózatintegrációs szolgáltatásokat nyújtó vállalatokat irányított. Nemzetközi vezetői tapasztalatait Amerikában, Európában és Ázsiában szerezte.

http://hirek.prim.hu/cikk/40032

KÖLTSÉGCSÖKKENTÉS A MICROSOFTNÁL

A Microsoft alkalmazottai extra juttatásainak bizonyos mértékű leépítésétől 80 millió dollár üzemelési költség megtakarítását reméli. A lépés a Reuters felmérése szerint komoly elégedetlenséget váltott ki a dolgozók körében.

http://hirek.prim.hu/cikk/40011

IHM-TÁMOGATÁS INFORMATIKAI CÉGEKNEK

Az Informatikai és Hírközlési Minisztérium (IHM) 200 millió forinttal támogat tíz magyar informatikai céget, hogy megkönnyítse bejutásukat az amerikai piacra.

http://hirek.prim.hu/cikk/39967

A T-SYSTEMS ÉS A TELCORDIA EGYÜTTMŰKÖDÉSE

A T-Systems és a Telcordia megállapodást írt alá, amelynek célterülete elsősorban a közép- és kelet-európai piac. Az együttműködés magában foglalja a közös értékesítést és az OSS-termékek integrálását is.

http://hirek.prim.hu/cikk/39937

MÉG IDÉN TŐZSDÉRE MEGY A FREESOFT

Móricz Gábor, a Freesoft pénzügyi tanácsadója közölte: napokon belül beadják a felügyelethez engedélyeztetésre a kibocsátási tájékoztatót, valamint a BÉT-hez a bevezetési kérelmet.

http://hirek.prim.hu/cikk/39931

A T-MOBILE MEGVETI A LÁBÁT AZ USA-BAN

A Cingular és a T-Mobile közötti hároméves megállapodás az előbbi New York-i szolgáltatásainak bővítését segítette, míg az utóbbit a kaliforniai és nevadai területeken erősítette. Mivel az AT&T felvásárolja a Cingulart, a három év lejárta után a Cingular az addig közösen használt kaliforniai és nevadai hálózatokat eladja a T-Mobilnak 2,5 milliárd dollár körüli összegért.

http://hirek.prim.hu/cikk/39899

500 MILLIÓ DOLLÁRÉRT KIFEJLESZTETT ROUTERT DOB PIACRA A CISCO

A korábban Huge Fast Router (HFR) névre hallgató berendezés az első olyan megoldás, amely másodpercenkénti 40 gigabites optikai csatolóval rendelkezik. A CRS-1-est megelőzte a híre: az iparág már egy éve várja megjelenését.

http://hirek.prim.hu/cikk/39923

BUDAPESTI IRODA NYITÁSÁT TERVEZI AZ EICON NETWORKS

Eicon RoadShow 2004 címmel tartott Budapesten szakmai napot a hálózati üzleti alkalmazások kommunikációs termékeit előállító kanadai Eicon Networks.

http://hirek.prim.hu/cikk/39920

TÖBB MINT 30 SZÁZALÉKKAL NŐTT A MINOR ÁRBEVÉTELE

A vállalat árbevétele tavaly több mint 30 százalékkal, adózás előtti eredménye pedig közel 50 százalékkal nőtt. A Minor-csoport forgalma 2003-ban 6 milliárd forint volt, amelyet 2004-ben 8 milliárd forintra kíván növelni.

http://hirek.prim.hu/cikk/39915

MICROSOFT KORMÁNYZATI BIZTONSÁGI PROGRAM

A Microsoft a kormányzatok biztonsággal kapcsolatos kezdeményezéseinek támogatására tavaly létrehozta Kormányzati Biztonsági Programját (Government Security Program – GSP), amelynek célja, hogy eleget tegyen a különböző állami szervek sajátos biztonsági követelményeinek. Hazánk csatlakozott a programhoz.

http://hirek.prim.hu/cikk/39891

SENORG-ÚJDONSÁGOK

Új irányt adott notebook-választékának a Senorg Hungary Rt. A Voyager márkanevet viselő termékcsalád kizárólag az Intel Centrino technológiával felvértezve kerül a magyar piacra. A cég másik idei újdonsága, hogy elkezdte az LCD-PC-k forgalmazását a hazai piacon.

http://hirek.prim.hu/cikk/39888

DISZTRIBÚTORI SZERZŐDÉST KÖTÖTT A STONESOFT ÉS A 2F 2000

A disztribútori megállapodás értelmében a 2F 2000 Kft., elsőként Magyarországon, értékesítője és támogatója a StoneSoft termékeinek.

http://hirek.prim.hu/cikk/39864

A MATÁV BEFEKTETNE

A Matáv komolyan érdeklődik a Telecom Montenegro megvétele iránt. A közel 620 ezres köztársaságban 190 ezer vezetékestelefon-, illetve 420 ezer mobiltelefon-előfizető van, és 35 ezren használják az internetet. A lakosság lélekszámára vetítve Montenegró élenjár a távközlési eszközök használatában a Balkánon.

http://hirek.prim.hu/cikk/39857

MICROSOFT–ORACLE SZOFTVERFEJLESZTÉSI MEGÁLLAPODÁS

A két korábbi vetélytárs szoftvergyártó olyan együttműködési megállapodást hozott tető alá, amelynek keretében az Oracle ezentúl a Microsoft eszközeit felhasználva fejleszti ki saját adat-

bázis-kezelő alkalmazásait.
http://hirek.prim.hu/cikk/39844

IBM WORKPLACE: ÚJ SZOFTVERMODELL ÉS KLIENSARCHITEKTÚRA

Az IBM Magyarország tanácsadója ismertette az IBM Workplace elnevezésű szerverfelügyelt szoftverarchitektúrát, amely a kliensek és köztesszoftverek kapcsolatát valósítja meg.
http://hirek.prim.hu/cikk/39816

MEGÚJULT AZ ISCALA

Az iScala SR1 számos új és továbbfejlesztett üzleti funkciót tartalmaz. A vásárlók üzleti hatékonyságát tovább növeli a különféle vezető raktári és gyártási rendszerekhez való jobb illeszkedés, a tökéletesített SCM- és szolgáltatásfelügyeleti funkciók, valamint a két újabb nyelv (a koreai és a hagyományos kínai) beépítése.
http://hirek.prim.hu/cikk/39808

A DEUTSCHE TELEKOM TERJESZKEDNI AKAR

A Deutsche Telekom (DT), Európa legnagyobb távközlési konszernje, a Matáv többségi tulajdonosa erőteljesebben kíván külföldön terjeszkedni, felvásárlásokat sem zár ki. Az Európai Unió bővítése után főleg Közép- és Kelet-Európa foglalkoztatja a bonni székhelyű vállalat vezetőit.
http://hirek.prim.hu/cikk/39804

ORCHI: HATÉKONY DOKUMENTUM- ÉS IRATKEZELÉS

Az Océ Mérnöki Rendszerek Üzletág szakmai napján az ADM Kft. bemutatta legfontosabb terméke, az ORCHI Digitális Iroda legújabb változatát. A programcsomag nagy mennyiségű dokumentum hosszú távú és biztonságos tárolását, másodperceken belüli visszakeresését teszi lehetővé.
http://hirek.prim.hu/cikk/39785

ARANYBAN A MEGATREND

A Megatrend 2000 Rt. Magyarországon elsőként nyerte el a Citrix CSA (Citrix Solution Advisor) Gold fokozatú minősítését, így 2004. május 10-étől hazánkban egyedül a legmagasabb szintű tanácsadói és mérnöki támogatást nyújtja a Citrix felhasználói részére.
http://hirek.prim.hu/cikk/39784

HACKEREK LOPTÁK EL A CISCO FORRÁSKÓDJÁT

A Cisco, a világ vezető hálózatkezelőeszköz-gyártója hivatalosan elismerte, hogy eszközei védett forráskódjának egy része nyilvánosságra került az interneten.
http://hirek.prim.hu/cikk/39734

INDUL AZ 5. INTELLIGENS FOLYOSÓ PROJEKT

Az 5. Intelligens Folyosó elnevezésű projekt az IHM kezdeményezése. Célja a pán-európai 5. folyosó, a Velence–Trieszt/Koper–Budapest–Záhony–Kijev–Moszkva tengely mentén működő vállalkozások versenyképességének növelése az infokommunikációs eszközök segítségével.
http://hirek.prim.hu/cikk/39753

ÚJ ELNÖK-VEZÉRIGAZGATÓ A SIEMENS RT. ÉLÉN

A Siemens Rt. felügyelőbizottsága *dr. Beke-Martos Gábort*, az igazgatóság tagját, a Siemens Rt. eddigi gazdasági és pénzügyi igazgatóját nevezte ki elnök-vezérigazgatóvá.
http://hirek.prim.hu/cikk/39742

A MINŐSÉGI ÉS KÖLTSÉGHATÉKONY INFORMATIKÁÉRT

2004. április 15-én alakult meg a Kürt Rt. részvételével az itSMF (IT Szolgáltatás Menedzsment Fórum) magyar tagozata. A nemzetközi szervezet ajánlását, az ITIL-t a Kürt szakemberei már évek óta sikeresen alkalmazzák bel- és külföldi projektjeikben a biztonságos és színvonalas IT-szolgáltatások nyújtásának érdekében.
http://hirek.prim.hu/cikk/39735

HARMADIK GENERÁCIÓS MOBILTENDER

Kovács Kálmán, az IHM minisztere átfogóan összegezte a tárca elmúlt kétévi szakmai eredményeit, kitekintést adott az elkövetkező hónapok, évek főbb feladatairól, és bejelentette, hogy a tárca augusztus végéig kiírja a harmadik generációs mobiltendert.
http://hirek.prim.hu/cikk/39726

NHH: HÍRKÖZLÉSI ÁLLANDÓ VÁLASZTOTT BÍRÓSÁG ALAKULT

A Választott Bíróság kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a magyar és külföldi hírközlési szolgáltatók (internetszolgáltatók, telefon- és kábeltévé-társaságok) jogvitáinak elbírálására, amennyiben a szerződő felek azt kikötik.
http://hirek.prim.hu/cikk/39669

MEGJELENT AZ ELSŐ HAZAI NÉV- ÉS CÍMADATTISZTÍTÓ SZOFTVER

A hazai piacon egyedülálló Name & Address beépített szótárak segítségével képes a hazai személynév- és címadatok elemeinek azonosítására, szétválasztására.
http://hirek.prim.hu/cikk/39725

VEZETŐVÁLTÁS A SENORGNÁL

A korábbi vezető, *Kelemen János* a cégcsoport egy másik érdekeltségénél kapott megbízást. Az új vezérigazgató, *Funtek Sándor* eddig a Senorg kereskedelmi igazgatói feladatait látta el.
http://hirek.prim.hu/cikk/39695

SZÁZMILLIÓS MEGBÍZÁST KAPOTT AZ EVOLIT RT.

A repülés biztonságáért létrehozott Eurocontrol, valamint az Evolit Informatikai és Szolgáltató Rt. szerződést kötött a nemzetközi szervezet budapesti szimulációs központjában lévő összes informatikai eszköz üzemeltetésére.
http://hirek.prim.hu/cikk/39623

INGYENES CÉGADATOK WAP-ON

A KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó Kft. ingyenesen elérhető cégadatbázist hozott létre, amelyet mindenki korlátozás nélkül használhat WAP-böngészővel rendelkező mobiltelefonnal.
http://hirek.prim.hu/cikk/39584

BT–HP: GLOBÁLIS INFOKOMMUNIKÁCIÓS SZÖVETSÉG

Stratégiai szövetséget kötött a BT és a HP, melynek ke-

retében közösen kívánják kiaknázni a globális infokommunikációs technológiai (ICT) piac új lehetőségeit. Az együttműködés első lépéseként a két vállalat 1,5 milliárd összértékű menedzselt szolgáltatási szerződést írt alá a következő hét évre.

http://hirek.prim.hu/cikk/39551

ELVI MEGÁLLAPODÁS A PANTEL ELADÁSÁRÓL

A KPN elvi megállapodást kötött a HTCC-vel (Hungarian Telephone and Cable Corporation) magyarországi távközlési üzletágának eladásáról.

http://hirek.prim.hu/cikk/39525

EU

IFJÚSÁGI PORTÁLT INDÍTOTT AZ EU

Az Európai Unió European Youth Portal néven olyan webportált indított, amely az unió területén élő 75 millió fiatal számára kíván a korosztályt érintő, azonnal elérhető információkat nyújtani.

http://hirek.prim.hu/cikk/39965

A HATÁRVIDÉKEK HÁLÓZATA

Az Európai Bizottság új fejlesztési tervei között kiemelt fontosságú a nehezen elérhető EU-területek informatikai hálózatának bővítése a 2007–2013-as európai kohéziós program keretében.

http://hirek.prim.hu/cikk/39929

JAPÁN–EURÓPAI TECHNOLÓGIAI KÖZELEDÉS

Az Európai Unió információs társadalmi kérdésekkel foglalkozó vezetői, valamint Japán közügyekkel foglalkozó, belügyi és postai, valamint telekommunikációs minisztériumainak képviselői közös szimpóziumot rendeznek többek között az internetes adatátvitel szabványainak egységesítéséről.

http://hirek.prim.hu/cikk/39877

UNIÓS CSOMAG AZ INFOSYSHEZ

A Megatrend 2000 Rt. bejelentette az SPEU (Service Pack EU) elnevezésű kiegészítő minicsomagot, amely az Infosys Integrált Vállalatirányítási Rendszerhez, a magyarországi KKV-szektor ERP-megoldásához az unió elvárásainak megfelelő kötelező módosításokat tartalmazza.

http://hirek.prim.hu/cikk/39830

A SZÁMÍTÓGÉPPROGRAMOT IS LEHET SZABADALMAZTATNI

A régóta vitatott kérdés kompromisszumos megoldása az Európai Bizottság szerint biztosítja, hogy a cégek valódi újításait szabadalommal lehessen védeni, és kitalálói a használat jogos díját megkapják. Ugyanakkor azt is szavatolja, hogy ezek a szabadalmak ne gátolják munkájukban a szabad fejlesztőket.

http://hirek.prim.hu/cikk/39769

ELSŐ A NANOTECHNOLÓGIÁBAN

Az Európai Bizottság olyan stratégiát fogadott el, amely az EU nanotechnológiában játszott meghatározó szerepét tovább szándékozik erősíteni, tekintettel a nanomegoldások széles körű, a számítástechnikán vagy akár az elektronikán is jóval túlmutató távlataira.

http://hirek.prim.hu/cikk/39656

UNIÓS INTERNETCÍMEK JÖVŐ ÉV ÁPRILISÁTÓL

Az Európai Unióban 2005 áprilisában vezetik be a .eu végződésű domainneveket. Mint azt az unió illetékesei elmondták, jövő év áprilisától regisztrálják majd a jelentkezőket.

http://hirek.prim.hu/cikk/39624

GYORSAN TERJED A SZÉLES SÁVÚ INTERNET

A legfrissebb adatok szerint a széles sávú internetet használók száma az Európai Unióban egy év alatt, idén januárig 80%-kal emelkedett, ami meghaladja az Egyesült Államokban regisztrált növekedési ütemet.

http://hirek.prim.hu/cikk/39619

SZÍNES

LENYELHETŐ DIAGNOSZTIKAI ESZKÖZ

A lenyelhető kamerás kapszulaendoszkópokat gyártó Given Imaging vállalat most olyan terméket fejlesztett ki, amely a Zarlink rendkívül energiatakarékos chipjét felhasználva közvetlenül a páciens testéből képes adatokat továbbítani.

http://hirek.prim.hu/cikk/39994

KEREK BILLENTYŰZET

A New York-i CeBIT-en a Gabrielor bemutatta a cég által tervezett, formabontó kerek billentyűzetet, amely a gyártó állítása szerint akár egy ujjal is könnyedén használható.

http://hirek.prim.hu/cikk/39992

SZKENNERKÉNT IS MŰKÖDŐ TFT-KIJELZŐ

A teljesen új eljárással készülő megjelenítő-szkennert a Toshiba leginkább kereskedelmi felhasználásra szánja, mivel alkalmas katalógusrészletek, vonalkódok beolvasására, ám kis mérete és jó felbontása miatt ujjlenyomat-felismerő rendszer alapjául is szolgálhat.

http://hirek.prim.hu/cikk/39928

VÍZÁLLÓ TÉVÉ

A Casio XFER XF–1000 egy analóg tévétunerből és egy hordozható egységből áll – az utóbbi 10 inches, 640x480 képpontos felbontású kijelzővel van felszerelve. A tunerhez, amely földi sugárzású televíziós adások vételét teszi lehetővé, DVD-lejátszó is csatlakoztatható.

http://hirek.prim.hu/cikk/39898

MEGSZŰNIK A VEZETÉKES ÉS A MOBIL KÖZTI HATÁR

A BT és a Vodafone Bluephone elnevezésű projektjének lényege, hogy a majdani előfizetők egyazon készülékről kapcsolódhassanak a vezetékes és a mobilhálózatra, a kettő közötti váltás pedig zökkenőmentes legyen.

http://hirek.prim.hu/cikk/39760

MOBILTELEFON 3,2 MEGAPIXELES KAMERÁVAL

Miközben az európai és az amerikai fogyasztók még a 2 megapixeles készülékekre várnak, a Casio Japánban piacra dobta a világ első 3,2 megapixeles felbontású kamerával ellátott mobiltelefonját.

http://hirek.prim.hu/cikk/39757

Tisztulni fog az informatikai piac

Az uniós csatlakozás egyik hozadéka az informatikai piac tisztulása lesz, mivel a cégek mintegy harmada nem tudja majd elviselni a piaci ingásokat, és megszűnik – közölte a KFKI-csoporthoz tartozó Icon Számítástechnikai Rt. szakértője. A lemorzsolódás a piac alsó egyharmadához tartozó cégeket érinti majd, de azt is elképzelhető, hogy a vezető tíz informatikai vállalat helyett nyolc látja majd el a vevők 60 százalékát. A 10 legnagyobb szereplő most a piac 50 százalékát mondhatja magáénak.

Minden valószínűség szerint tovább terjeszkednek majd a multinacionális cégek, elsősorban a nagyobb hazai vállalkozások rovására. Ezzel párhuzamosan a magyar cégeknek a részpiacok irányába kell mozdulniuk, amelyek kívül esnek a nemzetközi nagyvállalatok érdeklődésén. Az Icon az Európa más államaiból érkező kis és közepes cégek tömeges magyarországi megjelenésétől a csatlakozást követően sem tart, mivel a nyelv és a piac mérete nem teszi vonzóvá az országot számukra. Ugyanígy nem lesznek jellemzőek a felvásárlások és a beolvadások sem. Az Icon szerint ugyanis egyszerűbb megszerezni a konkurencia ügyfeleit és szakembereit, mint komoly tőkeinvesztícióval egyesíteni két eltérő kultúrájú céget.

A jövőben még inkább a szolgáltatások irányába tolódik el a hangsúly a számítástechnikán belül, s ezért mind jobban érvényesül a kapcsolati tőke. Ezen belül a szoftvertechnológiában a nyílt forráskódú programok iránt erősödik az érdeklődés, ami a magyar piac szempontjából előnyös lesz. Az Icon tevékenységi körébe tartozó rendszerintegrációs piacon várhatóan újra csökkenni kezd a szereplők száma, s csak az a vállalat marad fenn, amely valóban komoly szakmai háttérrel rendelkezik. Az informatikai biztonságtechnika bővülő szegmens marad, míg a legdinamikusabban fejlődő ágazat valószínűleg a tanácsadás lesz. Ez utóbbit egyre több kisebb, költséghatékony cég veszi igénybe, főként olyanok, amelyeknek nincs informatikai szakembergárdája az eseti feladatok megoldására.

Az Icon szerint 2004-ben már elképzelhető az informatikai piac növekedése, de ez nem lesz látványos. A kelet-európai térséghez tartozó cégeknek segíthet, hogy a következő 3-5 évben jelentős uniós támogatások áramolhatnak be. Mindennek ellenére a magyar IT-piac komoly változások elé néz, mivel a vállalatok hatékonysági gondokkal küzdenek, s az olyan nagy vevők, mint a bankok és a távközlési cégek, többször is meggondolják, hogy mire és mennyit költenek.

A vállalati IT-költségvetések alakulása

(Forrás: Gartner, 2003. október.)
** Előrejelzés*

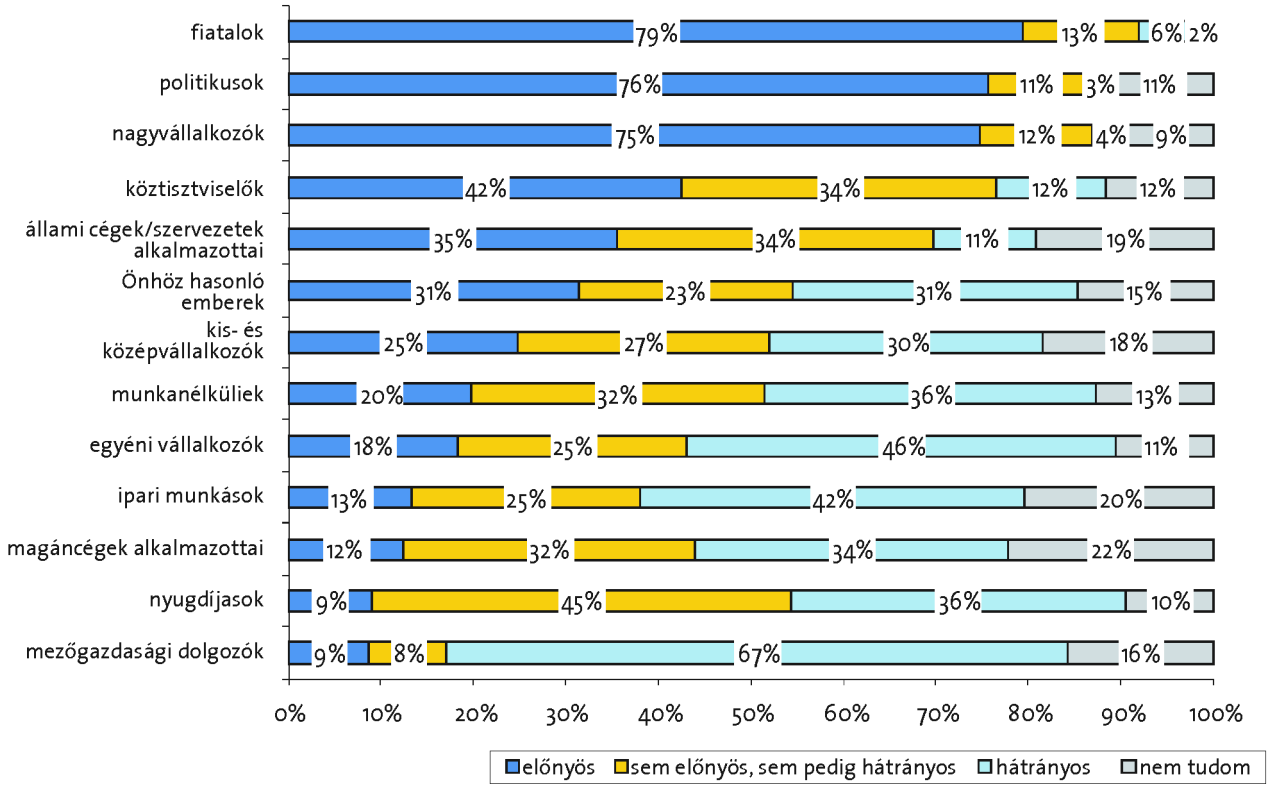
Előnyben a fiatalok, a politikusok és a nagyvállalkozók

A gyakori internetezők véleménye az EU-ról

Az internetezők közül ma már kevesebben szavaznának igennel az EU-csatlakozásra, ha újra lehetne dönteni – derül ki az NRC Piackutató Kft. és a TNS közös felméréséből. A havonta mindig más témára fókuszáló, immáron második esztendeje zajló NetMonitor-kutatás márciusban a hazai internetezők EU-val kapcsolatos véleményét és várakozásait vizsgálta.

Ha megismételnénk az EU-csatlakozásról szóló népszavazást, a felmérés szerint a gyakori internetezők 64%-a biztosan, egynegyede valószínűleg elmenne szavazni. Ez a megoszlás szinte teljesen azonos a tavaly mért értékekkel. Csupán minden tizedik válaszadó nyilatkozott úgy, hogy valószínűleg vagy biztosan nem venne részt a szavazáson. Azoknak, akik elmennének, 59%-a igennel, 23%-a nemmel voksolna, míg minden hatodik válaszadó bizonytalan. Ez a megoszlás az egy évvel ezelőtti kutatás eredményéhez képest elég nagy eltérést mutat, akkor ugyanis a válaszadók 80%-a nyilatkozta azt, hogy igennel voksolna a csatlakozásra, a nemmel szavazók aránya a mostanihoz képest kisebb, 15%-os volt.

Ön szerint a csatlakozás előnyös vagy hátrányos lesz a következő csoportok számára?



Út az ismeretlenbe

A gyakori internetezők összességében hiányosabbnak tartják az Európai Unióval kapcsolatos ismereteiket, mint egy évvel korábban: 55%-uk közepesre értékeli saját tájékozottságát, és csak 15%-uk véli úgy, hogy a témában való jártassága jónak mondható. Az átlagosnál jobbnak tartják az EU-val kapcsolatos ismereteiket a 45 év felettiek és a 24 év alattiak. Érdemes megemlíteni, hogy az igennel szavazók egyharmada, míg a nemmel szavazók csupán 3%-a mondta magáról a felmérés során, hogy jól tájékozott az unióval kapcsolatos ügyekben.

Előnyös vagy hátrányos?

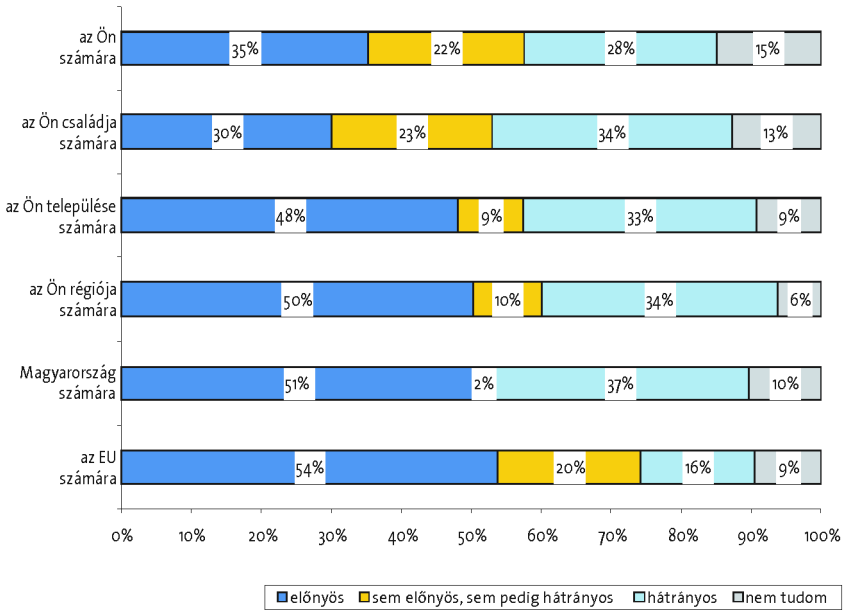
A gyakori internetezők véleménye szerint a csatlakozás leginkább a fiataloknak, a politikusoknak és a nagyvállalkozóknak kedvez, a mezőgazdaságból élők, az ipari munkások, a nyugdíjasok, valamint a kis- és középvállalkozók számára inkább hátrányos. A válaszadók kiemelték, hogy az integráció a demokratikus fejlődés terén lenne igazán előnyös, ám a fogyasztói árak, a magyar nyelv és a kultúra, valamint a mezőgazdaság esetében kedvezőtlen változásokra számítanak.

Ezzel összhangban – míg az előző évben a megkérdezettek háromnegyede gondolta úgy, hogy a csatlakozás előnyös lesz Magyarországnak – a válaszadók alig több mint a fele véli úgy, hogy az integráció kedvező hatású hazánkra nézve. Az aktuális felmérés ugyanakkor rámutat arra is, hogy az internetezők szerint a csatlakozás összességében kedvezőbb az Európai Unió, mint hazánk számára.

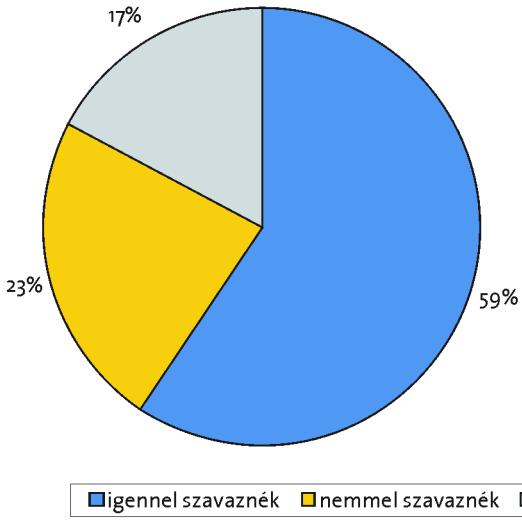
Az információk forrása

Ami az EU-val kapcsolatos tájékozódást illeti, a gyakori internetezők jellemzően a televízióból, a világhálóról és a napilapokból szerzik ismereteiket, a hetilapokból és a folyóiratokból, valamint a családtagokkal folytatott beszélgetésekből való tájékozódás kevésbé jellemző. A válaszok arra engednek következtetni, hogy legtöbben az uniós állásajánlatokkal, munkavállalással, pályázati és tanulási lehetőségekkel kapcsolatos információkra kíváncsiak. A kutatási célcsoportból viszonylag kevesen érdeklődnek a mezőgazdasággal kapcsolatos hírek iránt.

Ön szerint az EU-csatlakozás előnyös vagy hátrányos lesz...



Ha holnap tartanák a népszavazást, Ön hogyan szavazna?



Bázis: akik valószínűleg/biztosan elmennének szavazni

Az EU-val kapcsolatos NetMonitor-kutatás adatfelvétele 2004. március 3. és 13. között zajlott, az NRC Piackutató Kft. NetPanel.hu rendszerében regisztrált internetezők között. A strukturált kérdőív kérdéseire adott válaszokból létrejött adatbázist a cég tartalmilag és logikailag megtisztította, az inkonzisztens válaszokat a kutatás során nem vette figyelembe. Az adattisztítás utáni mintaelemszám 1002 fő. Az adatbázist nem, kor, iskolai végzettség, településtípus, valamint az internetezés gyakorisága alapján súlyozták, így a kutatás reprezentatív a magyarországi gyakori (legalább heti egyszeri) internetezők tekintetében.

Kétszázezernél többen széles sávon

A legnépszerűbb az ADSL

A hagyományos, modemes internetcsatlakozások száma az elmúlt évben nyolc százalékkal emelkedett, ami önmagában is szép arány. Ám ez szinte stagnálásnak tekinthető az xDSL-techonológia háromszoros növekedéséhez képest. A széles sávú internetezés technológiáinak versenyében pedig nyerésre áll, sőt egyre növeli előnyét legfőbb konkurensével, a kábeltévével szemben az ADSL. Bár ma már többtucatnyi ISP kínál széles sávú csatlakozást, az ADSL terjedéséről mégsem ők adhatnak reális képet, hiszen az alap-infrastruktúrát alkotó hagyományos telefonhálózat a korábban LTO-ként definiált társaságok kezében van. Az ADSL piacának megoszlása pedig nagyjából hűen tükrözi a telefóniában kialakult viszonyokat.

GALVÁCS LÁSZLÓ

Elemzésünket kezdjük az adatokkal. Az első negyedév végén az ADSL-előfizetők száma megközelítette a 150 ezret. Ebből – egyáltalán nem meglepő módon – a Matáv egyedül 125 ezerrel részesedik, de az Invitel is túllépett már a 15 ezren, míg a Hungarotel, az Emitel és a Monortel egyenként alig ezres nagyságrendű felhasználói tábort mondhat magáénak. Ha ehhez hozzávesszük a kábeltévés csatlakozásokat (de eltekintünk a bérelt vonalas előfizetőktől), akkor kiderül, hogy ma már jócskán meghaladja a 200 ezret azoknak a száma, akik széles sávon lépnek ki a világhálóra.

Ez év elején 71 internetszolgáltató működött Magyarországon, szemben az egy évvel korábbi 62-vel. A 2004-es esztendő kezdetén összes előfizetőik száma megközelítette a 674 ezret, ami 51 százalékkal több az egy évvel korábbi értéknél. A legnagyobb mérhető növekedést az ADSL technológia produkálta: az előző esztendőhöz képest közel 360 százalékon zárták az évet, bár a kábeltévé megközelítően 250 százalékos eredménye is figyelemre méltó.

Az összesítő táblázat további érdekességekkel szolgál. Például a bérelt vonali előfizetők száma nem túl jelentős (5 ezer alatti), de ilyen összeköttetéssel a vállalatok, intézmények sok-sok felhasználója csatlakozik a világhálóra. Ezt bizonyítja, hogy az ebből származó éves árbevétel – közel 7 milliárd forint – már az ADSL és a kábeltévé eredménye közé esik. Ugyancsak feltűnik a vezeték nélküli technológia színre lépése. Míg egy évvel korábban ebben a kategóriában nem regisztráltak adatot, addig 2004 elejére 67 ezer előfizetővel már megközelítette a kábelmodemek számát.

Fiskális támogatással

A számok tehát egyértelműen a széles sávú technológiák előretörését jelzik. Ez tökéletesen egybecseng a kormányzati szándékkal, de nem feltétlenül annak (vagy nemcsak annak) az eredménye. Az IHM-nél kifejtették, hogy önmagában sem az ADSL, sem a ktv népszerűsítésére nem terveznek semmit, hanem

Az internet-előfizetések száma és a nettó árbevétel technológiák szerint

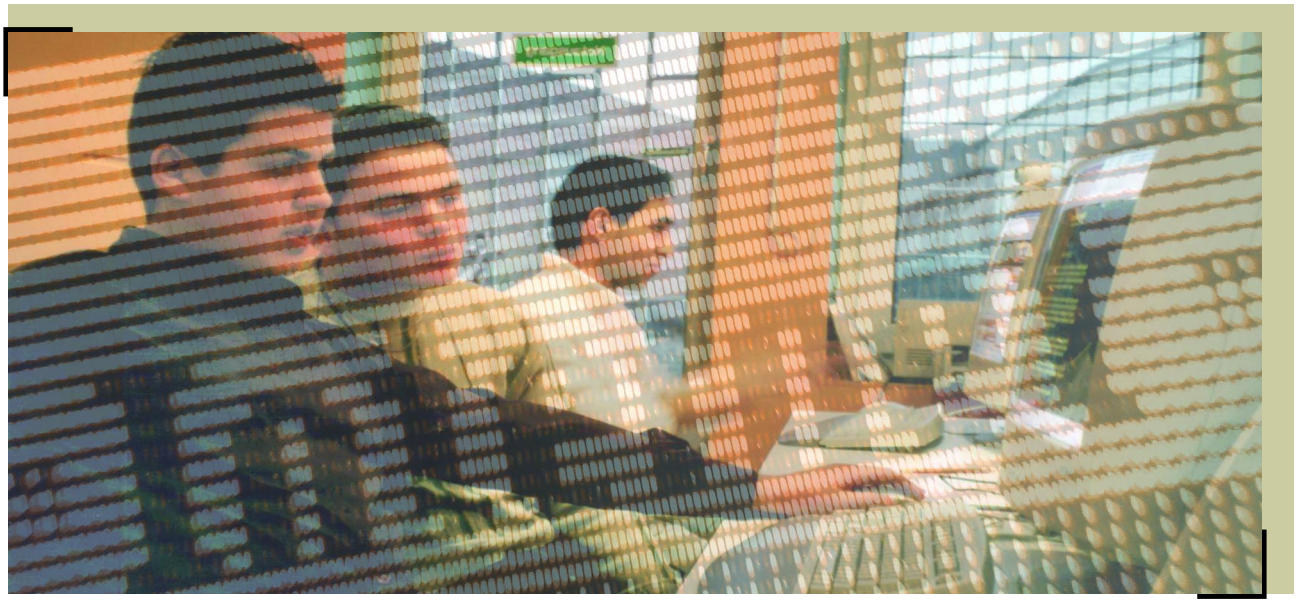
Év	Dial-up	ISDN	XDSL	Ktv	Bérelt vonal	Vezeték nélküli	Egyéb	Összesen
Előfizetések száma								
2002	327 480	34 549	32 054	31 190	4 487	–	16 103	445 863
2003	355 874	35 524	114 813	77 189	4 631	67 678	18 023	673 732
Változás (%)	*108,7*	*102,8*	*358,2*	*247,5*	*103,3*		*112,2*	*151,1*
Nettó árbevétel (millió Ft)								
2002	8 099	1 981	2 338	2 804	5 616	–	150	21 028
2003	8 321	1 336	7 498	5 844	6 987	879	324	31 190
Változás (%)	*102,7*	*67,4*	*320,8*	*208,4*	*124,4*		*216,6*	*148,3*

Forrás: KSH

összességében a széles sávú internet-elérés terjedését támogatják, technológiasemlegesen. Ez vonatkozik mind a hálózati megoldásokra, mind a végfelhasználói eszközökre.

Az állam szabályozási, közpolitikai és fiskális eszközökkel segítheti elő a széles sávú internet-hozzáférés terjedését korlátozó tényezők semlegesítését, hogy minél nagyobb mértékben biztosíthassa a piaci mechanizmusok érvényesülését, a társadalmi esélyegyenlőség megvalósulását és az innovációs folyamatok kiteljesedését. A szabályozási környezet kapcsán elsősorban az elektronikus hírközlési törvény (eht.) idevonatkozó intézkedéseit lehet kiemelni. Különösen fontos, hogy az eht. – az uniós irányelveknek megfelelően – kötelezővé teszi a helyi hurok költség alapú átengedését. Ez hosszabb távon mindenképpen olyan jelentős szabályozási lépés, amely a betelepülési (co-location) konstrukciók révén kedvező hatással lesz a széles sávú internet-hozzáférés elterjedésére.

A támogatási eszközök közül az Európai Unió strukturális alapjaiból és a magyar költségvetésből finanszírozott Nemzeti fejlesztési terv Gazdasági versenyképesség operatív programjának 4.4-es prioritása fejthet ki pozitív hatást. Pályázatok útján több mint 10 milliárd forint fordítható az elmaradott térségek széles sávú infrastruktúra-fejlesztésének támogatására. A „Széles sávú hálózat kis- és középvállalkozások (KKV) általi kiépítésének támogatása elmaradott régiókban" elnevezésű pályázat célja a széles sávú internetellátottság növelése azokon a kisebb, jelenleg még kevésbé ellátott és üzletileg kevésbé vonzó településeken, ahol a széles sávú szolgáltatás nyújtásához szükséges infrastruktúra állami támogatás hiányában csak később, vagy egyáltalán nem épülne ki. (A GVOP 4.4. pályázatának meghirdetését már megelőzte egy hasonló, pilot jellegű támogatási program. Az IHM által 2003 őszén kiírt, 900 millió forint keretösszegű IHM-HHÁT-2 kódjelű, „A széles sávú internet-infrastruktúra kiépítésének és a szolgáltatás beindításának támogatása Magyarország üzletileg kevésbé vonzó településein" című pályázat keretében a több mint 30 nyertes pályázó együttvéve 2 milliárd forint feletti értékű szélessávú-beruházás megvalósításához kapott támogatást, több száz településre.)



Duplázásra készül a piacvezető

Hogy a széles sávú internet üzletileg is jó befektetés, az kiderül a táblázat árbevételi adataiból is, illetve erre utal, hogy a távközlési szolgáltatók szintén jelentős összeget fordítanak a fejlesztésekre.

„A Matáv 2003-ban 10 milliárd forintos nagyságrendű beruházást hajtott végre az internetes piacon kitűzött céljainak megvalósítása érdekében" – mondta *Sipos Attila*, a Matáv hálózatfejlesztési igazgatóhelyettese. A beruházás nagy részét a széles sávú internetezés elterjesztésére fordították. Ennek eredményeként az ADSL-előfizetők száma 2003 végén túllépte a 100 ezret, március végén pedig már a 125 ezret. Jelenleg a szolgáltatás közel 200 településen elérhető, így a Matáv területén lévő vezetékes telefonos ügyfelek 70 százaléka rendelheti meg az ADSL-szolgáltatást.

A további terjeszkedést szolgálja a tavaly elindított kistelepülési program: az eddig meghirdetett 200 helyszínből 90-en már elkészült, a többi településen pedig a beérkező igényektől függően gyorsítják fel az ADSL kiépítését. További ötven helyszínnel hamarosan meghirdetik a kistelepülési program következő fejlesztési ütemét. A társaság tervei szerint ez év végére az ADSL-lel ellátott települések száma meghaladja a 300-at, s ezzel a szolgáltatás a vezetékestelefon-előfizetők háromnegyede számára elérhetővé válik.

2003-ban kezdték, és idén tovább folytatják a réz-optikai hálózattal kiszolgált telefonvonalak ADSL-képessé tételét. Jelenleg az ilyen vonalat használó ügyfelek egyötöde, év végére várhatóan már egyharmada rendelhet ADSL-szolgáltatást.

A tavaly elindított műholdas Sky DSL szolgáltatás pedig olyan területeken is elérhetővé teszi a széles sávú internetkapcsolatot, ahol vezetékkel ez még nem oldható meg.

A Matáv tavaly 2002 végéhez képest megháromszorozta az ADSL-előfizetők számát, s idén is duplázásra készül, vagyis év végére szeretné elérni a 200 ezres felhasználói tábort. Ennek érdekében a vállalat összesen 90 milliárdos fejlesztési keretéből jelentős összegeket fordítanak az ADSL bővítésére és korszerűsítésére.

A Matávon túl

Az Invitel egy év alatt ötszörösére növelte ADSL-előfizetőinek számát, és 15 ezer felhasználóval a piac kb. 12 százalékát tudhatja magáénak. Lefedettségét saját területén a mostani 60 százalékról év végéig 90-re kívánja feltornászni.

A Hungarotel – amely Békés, Nógrád, Vas és Veszprém megye 263 településén 200 ezer előfizetőt szolgál ki – alig egy éve, 2003. április 28-án kezdte meg az ADSL értékesítését. Mintegy 120 millió forintos beruházás eredményeként 2003 októberétől – a műszaki lehetőségek függvényében – már minden, tízezernél nagyobb lélekszámú településen elérhető a széles sávú internet, ami 50 százalékos lefedettséget jelent.

A GloboNet ADSL jelenleg a következő 15 településen vehető igénybe: Békéscsaba, Orosháza, Gyula, Gyomaendrőd, Szarvas, Békés, Mezőberény, Szeghalom, Sarkad, Pápa, Sárvár, Celldömölk, Salgótarján, Pásztó, Bátonyterenye. A már elindult fejlesztések hatására pár hónapon belül további 25 új településen lesz elérhető az ADSL, így a lakosságot tekintve 72 százalékra növekszik az ellátottság. A Közháló program beszállítójaként további 49 településen 43 ezer lakos számára teszik elérhetővé a széles sávú internetet, a további fejlesztésekkel pedig az ellátottság rövid időn belül eléri a 85 százalékot.

A dél-alföldi régióban működő Emitel 2002 novemberében 4 településen (Baja, Kiskunhalas, Kiskőrös, Kalocsa) indította el az ADSL-t. A jelenleg már 53 településen elérhető szolgáltatásnak közel 1000 előfizetője van. Terveik szerint idén nyár végéig minden településen nyújtani kívánják az ADSL-szolgáltatást, ami így gyakorlatilag 100 százalékos lefedettséget jelent. Ez a dinamikus növekedés a szolgáltatás népszerűségének, két megnyert IHM-pályázatnak és a Közháló közbeszerzésnek együttesen köszönhető – nyilatkozta *Topa Gábor,* az Emitel szakembere.

A Monor Telefon Társaság – Magyarország legkisebb szolgáltatási területtel rendelkező, egyetlen távközlési körzetben szolgáltató társasága – március 1-jén kezdte meg az ADSL hálózati fejlesztésének újabb, az eddigieknél jóval intenzívebb szakaszát. Terveik szerint, a felgyorsított beruházásoknak és a legújabb (Ethernet alapú) technológia alkalmazásának köszönhetően, április végére teljes működési területüknek mind a 44 településén elérhetővé válik a széles sávú internet. Ezzel hazánkban a monori lehet az első olyan primer távközlési körzet, ahol teljes egészében biztosított a fix havidíjas széles sávú internet hozzáférhetősége. A Monortel a Közháló program keretében – az Invitel alvállalkozójaként – megbízást kapott több helyi internetvégpont kiépítésére is.

Infoszonda

Az infokommunikációs technológiák elterjedtségéről és használatáról 2003 végén adatfelvételt végzett a Társadalomkutatási Intézet Rt., a GKI Gazdaságkutató Rt., valamint a Kopint Datorg Rt. Piac- és Stratégiakutatási Igazgatósága. Az IHM felkérésére készített elemzésből – amely kiterjed a lakossági, a vállalati, az internetszolgáltatói, az oktatási, az egészségügyi, az önkormányzati és az államigazgatási szektor helyzetére – kiderül, hogy az internet-hozzáféréssel rendelkező háztartások fele analóg modemmel, vezetékes telefonvonalon keresztül csatlakozik a világhálóra.

A nemzetközi összehasonlításból mindenekelőtt az otthoni internet-hozzáféréssel rendelkező háztartások és személyek alacsony arányát kell kiemelni, hiszen az unió (a májusi bővítés előtti – *a szerk.*) országaiban átlagosan a lakosság 54 százaléka használja a világhálót. Az otthoni internetkapcsolat típusát vizsgálva azonban azt tapasztaljuk, hogy a széles sávú otthoni hozzáféréssel rendelkezők aránya Magyarországon a legmagasabb.

A hazai cégek körében már kedvezőbb a kép, itt az internethasználat 70 százalékos. A világhálóhoz kapcsolódó cégek 45 százaléka ISDN alapú kapcsolattal rendelkezik – ez egyben a legelterjedtebb technológia ebben a körben. A vállalkozások 31 százaléka analóg telefonvonalon keresztüli modemes, 29 százaléka pedig ADSL- (vagy BDSL-) kapcsolatot működtet. A cégek ennél jóval kisebb hányada (7 százaléka) használ kábeltévé alapú kapcsolatot (ami talán azzal magyarázható, hogy maga a ktv alapvetően lakossági szolgáltatás).

Az üzleti DSL-előfizetők kétötöde (41 százaléka) 384 kbps, 28 százaléka pedig 512 kbps sávszélességű internetkapcsolatot használ. Ennél is gyorsabb összeköttetést jóval kevesebben igényelnek, a cégek 7 százalékánál 768 kbps és mindössze 1 százalékánál 1500 kbps sebességű a hálóhoz kapcsolódó köldökzsinór.

A távoli elérés távlatai

Önkormányzatoknál bevált

A hír egyszerű és rövid: áprilisban szerződést kötött a Matáv és a Dombóvári Önkormányzat a távközlési szolgáltató megoldásportfóliójába tartozó távoli elérési megoldás biztosítására. A tartalom azonban túlmutat a szavakon, új technológiáról, korszerű munkamódszerről, uniós elvárásoknak megfelelő közigazgatás meghonosításáról árulkodik.

Ha az ember üzleti kommunikációról hall vagy olvas, óhatatlanul a vállalatok távközlési és informatikai megoldásaira gondol, pedig a különböző állami intézmények és közigazgatási szervezetek is ebbe a kategóriába sorolhatók, ráadásul egyre növekvő mértékben szerepelnek a megoldásszállítók portfóliójában. De ez nem csupán hazai tendencia, sőt nem is spontán jelenség. Az Európai Unió e-Europe 2005 programjának értelmében az EU tagországainak 2005-re rendelkezniük kell modern elektronikus közszolgáltatásokkal az e-kormányzat, e-oktatás és e-egészségügy terén.

A korszerű és rugalmas e-közigazgatás nemcsak a polgárok számára könnyíti meg a tájékozódást és az ügyek intézését, hanem – ennek előfeltételeként – a hivatalok belső működésének, folyamatainak elektronizálását is magában foglalja. Tulajdonképpen e hármas igény kielégítését (az uniós elvárások teljesítését, a közintézmények szolgáltató jellegének erősítését és a munkafolyamatok racionalizálását) támogatja a Matáv távoli elérési megoldása. S hogy ez nem csupán szólam, arra példa a Dombóvári Önkormányzattal áprilisban megkötött szerződés.

A távoli elérési szolgáltatás keretében a Matáv az önkormányzat 25 képviselője részére biztosít HP gyártmányú hordozható számítógépet, továbbá az otthoni munkavégzés megkönnyítésére ADSL-internetszolgáltatást. A gyakorlatilag távmunkaként is felfogható megoldás idő- és költséghatékonnyá teszi a képviselőtestületi tagok munkáját. *Szabó Lóránd,* Dombóvár polgármestere elmondta, hogy ez a beruházás már a második félévben megtakarítást eredményez az önkormányzat számára, mert az előterjesztéseket ezután nem papíron nyomtatják ki, és futárszolgálattal juttatják el a képviselőkhöz, hanem az interneten keresztül kapják meg a tagok a munkához szükséges anyagokat, amelyeket számítógépükön a testületi ülésre is magukkal hozhatnak.

Az önkormányzat tavaly kötött stratégiai együttműködési megállapodást a Matáv Üzleti Megoldások Üzletágával, amelynek keretében már több távközlési szolgáltatást is bevezettek az intézményben. Az elmúlt évben alközpont-rekonstrukciót hajtottak végre, bevezették az ISDN 30 szolgáltatást, valamint az okmányiroda munkáját segítő ügyfélhívót létesítettek a dél-dunántúli városban. „Harmonikusan és eredményesen dolgozunk együtt a Matávval, ezért nem is gondoltunk más szolgáltatóra a beruházás megvalósítójaként" – árulta el a polgármester.

Az ajánlat kidolgozásánál a Matáv szakemberei maximálisan szem előtt tartották az ügyfél működéséből adódó speciális igényeket. „Hosszas egyeztetés után sikerült kiválasztani a megfelelőnek tartott eszközöket és szolgáltatásokat, amíg összeállt a végleges ajánlat, amelyben a beruházáshoz szükséges pénzügyi hátteret a CIB Bankkal együtt kidolgozott lízingkonstrukció biztosította az önkormányzat részére" – foglalta össze a közös munka folyamatát *Horváth Zoltán* megoldásértékesítő. A polgármesteri hivatallal való stratégiai együttműködés azonban nem fejeződik be ezen a ponton: már az EU-s strukturális alapokból megnyerhető források pályázatait készítik elő, ami a teljes önkormányzati munka digitalizálását eredményezheti.

Mindez jól példázza, hogy a távoli elérési megoldás gyakorlatilag egy tág keretrendszer, amelyből az önkormányzatokon túl minden intézmény és vállalkozás kialakíthatja a számára megfelelő kommunikációs környezetet.

Az interneten keresztül is nagy biztonsággal működtethető a telephelyek között kiépített adatátviteli magánhálózat az értéknövelt IP Sec-szolgáltatással. A többszintű védelem párosítása az internet által nyújtott flexibilitással és alacsony költségszinttel új lehetőségeket biztosít a kommunikációs gyakorlatban és üzletvitelben. A betárcsázós, dial-up alapszolgáltatással egyszerűen és biztonságosan megvalósítható, hogy a munkatárs telefonvonalon keresztül távolról elérje központi telephelyének belső hálózatát. A Matáv integrált e-munka szolgáltatáscsaládjának első tagja az e-munka startszolgáltatás, amely ISDN alapú megoldást nyújt irodai jellegű munka otthonról történő végzéséhez közvetlen behívásos hozzáféréssel.

A távoli elérés lehetőséget nyújt helyi hálózathoz (LAN-WAN) történő csatlakozásra, vállalati e-mail lekérdezésére, központi adatbázis, valamint vállalati alkalmazások, programok elérésére. A műszaki lehetőségeket kiegészítheti akár az épületen belüli vezeték nélküli, nagy sebességű internet-hozzáférést nyújtó WLAN-technológia. Az ún. hot-spotok alkalmazására szolgáló Matáv EasyNet szolgáltatással pedig teljessé válik a távoli elérés megoldáscsomagja.

CIO FÓRUM – immár hatodszor

Április 27–28-án mintegy 150 IT-vezető részvételével került megrendezésre Balatonkenesén a 6. CIO Fórum. Az immáron jelentős hagyományokkal rendelkező konferencia mindenekelőtt megközelítési módjában emelkedik ki a hazai informatikai rendezvények sorából: minden alkalommal a szakmai kérdések széles palettájával foglalkozik, de ezt üzleti, stratégiai aspektusból teszi. Arra keresi a választ, hogy egy első számú IT-vezető hogyan tudja a vállalat informatikai stratégiáját az üzleti célok szolgálatába állítani, és az egyes technológiai megoldások mennyiben képesek támogatni ezeket az üzleti célokat. Az elsődleges célközönséget az informatikai igazgatók, vagyis a CIO-k jelentik, de természetesen egy ilyen típusú rendezvény hallgatói között szép számmal akadnak egyéb pozíciókban dolgozó IT-vezetők és a szállítói oldal képviselői is. Cikkünkben a Bell Research konferencián elhangzott előadásából ismertetünk több érdekes gondolatot.

ÖSSZEÁLLÍTOTTA: SZÉLL ANDRÁS

Az üzleti informatika fejlődéstörténetét sokáig az IT és a vállalat elkülönülése jellemezte. A számítástechnikai döntéshozók által képviselt diszciplína a vállalat számára követhetetlen és misztikus volt, megítélése ellentmondásos. Vajon változott-e ez a viszony az elmúlt években? A Bell Research tanulmánya erre a kérdésre kereste a választ. A fórumon ismertetett eredmények a CIO-k és a vállalati vezetők kapcsolatát három dimenzióban írják le.

Scheffer János nyerte a CIO Fórum 2004 közönségdíját

Érdekes színfoltja volt a rendezvénynek a közönségdíj odaítélése. Ezt hagyományosan az a magyarországi főinformatikus – vagy a nemzetközi terminológiánál maradva: CIO – kapja, akinek munkássága a közönségszavazás alapján leginkább reprezentálja, hogy az IT stratégiai szerepet tölt be vállalata üzletmenetében.

A rendezvényt megelőzően lebonyolított közvélemény-kutatás eredményeként közel 40 név merült fel, amelyek rangsorolása után igen szoros versenyben a következő négy CIO került fel a szavazólapra: *Jenei Zoltán* (Matáv Rt.), *Loncsár Tibor* (Mol Rt.), *Papp Gyula* (OTP Rt.) és *Scheffer János* (Dunapack Rt.).

A több mint 160 regisztrált résztvevő titkos szavazata alapján a CIO Fórum 2004 közönségdíjának nyertese Scheffer János, a Dunapack Rt. informatikai igazgatója lett. Scheffer János 1991-ben végzett a Kandó Kálmán Főiskola híradásipari szakán. Ezután a Közép-Európa Egyetem Környezettudományi Tanszékén volt projektkoordinátor, környezetvédelmi szoftvereket tesztelt, és regionális bevezetésükben segített. 1996-tól 5 évet dolgozott a General Electricnél, a volt Tungsram-gyárban – ettől az időszaktól számítja informatikai pályafutását. Ott végigjárta a szakma főbb stációit, volt programozó, szervező, projektvezető és menedzser. 2001-ben igazolt át a Dunapackhoz, ahol informatikai vezetőként regionális hatáskörrel rendelkezik, azaz felelőssége Magyarország mellett Lengyelország, Ukrajna, Horvátország és Bulgária területére is kiterjed.

Az adatok forrása

Az adatok a Bell Research Döntéshozói médiakutatás 2003 című tanulmányából származnak. A felmérés célcsoportját a legalább 10 főt foglalkoztató társas gazdálkodó szervezetek alkották, amelyeken belül 3 vállalatméreti szegmenst különböztettek meg: nagyvállalatok (250-nél több főt foglalkoztató cégek), középvállalatok (50–249 fős szervezetek), kisvállalatok (10–49 fős cégek).

A kutatás során a szakmai döntéshozók körében összesen a 419 interjú készült, az 50 fős vagy annál nagyobb cégek célcsoportjában – s a mintában 200 nagy- és 219 középvállalat döntéshozója szerepel. Az üzleti döntéshozók körében összesen 541 interjú készült, a 10-nél több fős vállalatok körében – a mintában 159 nagyvállalat, 182 középvállalat, valamint 200 kisvállalat döntéshozója szerepel. (Bővebb információ: **www.bellresearch.com**.)

A funkcionális dimenzió

Ma a hazai vállalatoknak alig több mint felében működik saját IT-részleg. Természetesen ennél lényegesen kedvezőbb a helyzet a nagyvállalatok körében: 88% önálló informatikával rendelkezik, 68%-uk felelős vezetővel.

A vállalati IT szerepének megítélése már jelentős javulást mutat: a nagyvállalatok több mint kétötöde az alaptevékenység támogatójának, létszükségletnek tekinti az informatikát. Ugyanakkor a kisebb vállalatok nagy száma miatt a teljes mintában a cégek

A szállító felelőssége

A 6. CIO Fórum egyik témája az volt, hogy meddig terjed a szállítók felelőssége az informatikai projektekben. A kérdés korántsem egyértelmű, hiszen az ügyfél definiálja, hogy mit vár el a megoldástól, és ő dönti el azt is, hogy a projekt milyen költségkerettel rendelkezik. Ha rosszul definiál, vagy – a szállító hiteles tájékoztatása ellenére – spórolás címén bizonyos rendszerekbe, megoldásokba nem ruház be, akkor a projekt végeredményével valószínűleg nem lesz elégedett.

Meddig is terjed tehát a szállító felelőssége? Konkoly Thege Szabolcsot, *a Symantec területi igazgatóját arról faggattuk, hogy a biztonságtechnikai piacon mit várhatnak el az ügyfelek beszállítóiktól.*

– A CIO Fórum egyik szekciójában Ön is előadást tartott arról, hogy hogyan alakul a beszállítók felelőssége az informatikai projektekben. Megosztaná velünk véleményét?

– Mivel a Symantec a biztonságtechnikai iparágban működik, a szállítói felelősség számunkra különösen fontos. A mi esetünkben nem lehet szó arról, hogy egy nem tökéletesen elvégzett projekt, egy konfigurált rendszer hibáit utólag javítgassuk ki. Tőlünk biztonságot várnak el, megoldásainknak meg kell védeniük ügyfeleink rendszereit, üzletmenetét. Ha ebben az iparágban a szállító hibázik, akkor annak nemcsak az a következménye, hogy a biztonságtechnikai projekt megbukik, hanem nagyon szerteágazó, széles körű hatásokkal kell számolni.

Nézzük meg a szállító és a megrendelő viszonyát egy másik területen! Ha az egészségügyet tekintem, akkor azt láthatom, hogy az emberek sok készítményt fogyasztanak egészségük megőrzése érdekében. C-vitamint szednek, beoltatják magukat a különböző kórságok, vírusok ellen. Igen ám, de mi a garancia arra, hogy ha én egy készítményt szedek, akkor nem fogok megbetegedni? Meddig terjed a szállító fe-

fele még inkább csak az adminisztráció támogatóját látja benne. Ennek hátterében a vállalatmérettől függő szerepbeli különbség is rejlik: a nagyvállalatok összetettebb üzleti folyamatait nem is lehet másképp elképzelni, míg a kisebb cégek elsősorban ügyvitelüket gépesítették.

Az IT-vezetők döntéshozatalban elfoglalt helyét illetően az IT- és a gazdasági vezetők véleménye megoszlik, bár ez a nézetkülönbség elsősorban a közepes vállalatmérethez kötődik. A nagy cégek körében jól meghatározott, kiterjedt az IT felelősségi köre, a kicsiknél pedig a főszerepet a tulajdonos/vállalatvezető játssza.

A felelősség anyagi korlátjainak vizsgálata során fény derült arra, hogy a kis- és középvállalatok jelentős részénél nincs kijelölt határ, elsősorban a tervezés hiányosságai, illetve a felső vezetés ad hoc döntési stílusa miatt. A nagyvállalatoknál jobban látható a határvonal: a CIO-k 68%-a nem önálló abban az értelemben, hogy meghatározott költséghatár felett nem határozhat egyedül.

Az emberi dimenzió

Milyen képességekkel kell rendelkeznie egy kiváló vállalati IT-vezetőnek? Nem lényegtelen kérdés, hiszen a képességek behatárolják, hogy milyen minőségben végezheti munkáját a szakember. Az idézett kutatás szerint a jó CIO-nak négy követelménynek kell eleget tennie:

– legyen operatív szakember, rendelkezzen naprakész IT-szaktudással, friss információkkal, legyen tájékozott, képes súlyos szakmai döntések meghozatalára;

– legyen vezető, kiváló vezetési és szervezőképességgel, kompetenciákkal, pl. projektmenedzsment stb.;

– legyen beszerző, ismerje a vállalat igényeit, a szállítókat, állítson követelményeket, döntési kritériumrendszert, és feleljen meg a vállalati igényeknek;

– legyen menedzsmenttag, ismerje az üzleti célokat, azonosuljon azokkal, értse az üzleti folyamatokat, valamint legyen képes a vezetőtársak meggyőzésére és együttműködésre.

A probléma ezek után már mindössze annyi, hogy hol lehet mindezt a tudást

lelőssége? Több példát is felsorolhatnánk, de a tapasztalat az, hogy általában semmilyen jogi garanciával nem találkozunk. A mi gyakorlatunkban, ha jól szeretnénk dolgozni, ha felelősségteljesen szeretnénk az üzletünket fenntartani, akkor kötelességünk nagyon sok mindent adni az egyes megoldások, projektek mellé. A szállítói felelősség tehát nem csupán a konkrét rendszerekre vonatkozik, arra, hogy „odaszállítom, ami a szerződésben szerepel", hanem sokkal tágabb terület, amellyel kapcsolatban a kulcskérdés az, hogy hol kell meghúzni a határvonalait.

– Feltételezem, a kérdés eldöntésénél fontos, hogy milyen rendszereket, adatokat kell védeni, és azok milyen értékkel bírnak...

– Ez nagyon kényes terület, mert az adat értékének becslésében nagyon sok a szubjektív elem. Ezzel együtt vannak rá módszerek, csak kevés a jó kockázatértékelő. És ezzel el is jutunk a kockázattal arányos védelem kérdéséhez, hiszen ha jól fel tudom becsülni adataim értékét, akkor már azt is tudom, hogy a védelemre milyen összeget fordíthatok, meg tudom ítélni, hogy meddig érdemes elmenni a védekezésben. Számba lehet venni, hogy milyen típusú és milyen valószínűséggel megjelenő kockázatokkal kell számolni, és ha meghatározott értéket kell megvédenem, akkor arra mennyit költhetek. Így ha egy megrendelő nem merítette ki a büdzséjét, akkor a beszállító javasolhatja neki, hogy milyen rendszerekre, megoldásokra érdemes még költenie.

– Ez logikus, hiszen ha eddig nem költöttem biztonsági rendszerekre, akkor nyilván nagyobb kockázattal kell szembenéznem, így pedig a büdzsém biztonsági rendszerekre szánt részének is nagyobbnak kell lennie. Viszont ha eljutunk arra a pontra, ahol a védelemre fordított pluszköltségek nagysága kezdi megközelíteni a védendő adatok sérülési kockázattal súlyozott értékét, akkor az ügyfél és a beszállító kapcsolata, a közös gondolkodás hangsúlyosabbá válik...

– Így van. Ha az ügyfél elhiszi a beszállítóról, hogy annak kiemelkedő a szakértelme, és tudja, hogy a javasolt megoldás költsége arányos a védendő értékekkel, akkor együttműködnek. Ha pedig az ügyfél nem hisz a szállító szakértelmében – nevezetesen abban, hogy a biztonsági kockázatok változnak, és a szállító jobban ismeri ezeket a trendeket –, akkor azt fogja neki mondani, hogy hagyja békén, és kufárkodjon máshol a biztonsági megoldásaival. Ebben az esetben, amikor a védelem költségei már az adatok értékéhez képest is magasak, még fontosabb, hogy nem jogi felelősség kötelezi a gyártót arra, hogy 100 százalékos megoldásokat szolgáltasson, hanem az az érdeke, hogy a piac megbízható, elismert szereplője legyen.

Mondok egy példát: az ügyfél nem mehet oda a gyártóhoz, hogy a behatolások ellen nem védte meg az antivírusprogram, mert a gyártó azt fogja válaszolni, hogy ő idejekorán tájékoztatta arról, hogy tűzfalra is szükség van. Ma a kockázatok köre egyre szélesebb, és ugyanígy szélesedik a biztonságtechnikai gyártók portfóliója is. A gyártó tehát szeretne sok mindent eladni az ügyfélnek, akinek pedig nyilvánvalóan korlátozott a költségvetése. Így az ügyfél egy idő után

elsajátítani? Hol az a HR-vezető, aki képes a követelményeket áttekinteni, megérteni és megítélni?

A siker dimenziója

Az üzleti vezetés prioritásait – általánosságban – a következőkben foglalhatjuk össze: tulajdonosi elvárások, ügyfelek, versenytársak, eredmények, folyamatok, hatékonyság.

Az IT-vezető prioritásai – szintén általánosságban – mindezek mellett a következők: műszaki megfelelőség, üzemeltetési szempontok, operatív feladatok, költségek, funkcionalitás, szervezés, csoportérdek.

Az IT- és az üzleti vezetés szempontrendszere tehát más, az IT és a vállalat eredménye, teljesítménye egyértelműen nem rendelhető össze, és nem azonos kategóriákkal mérhető.

Az IT-vezető sikere azon múlik, észreveszi-e, hogy valójában szolgáltató, a menedzsment pedig az ő megrendelője. Mivel a CIO általában nem érdekelt közvetlenül az üzleti eredményekben, gyakran nem motivált, hogy eljusson erre a felismerésre. A menedzsment viszont érdekelt volna, de nincs kompetenciája a lépés megtételére.

Megoldás lehet az IT-részleg és a menedzsment között SLA – szolgáltatásszint-megállapodás – létrehozása. Az SLA lényege az elvárásoknak megfelelő indikátorok és azok értékeinek meghatározása, ellenőrzése, a beavatkozási, eszkalációs és kommunikációs jogkörök szétválasztása és meghatározása. A vállalat gazdasági mutatóinak explicit módon meg kell jelenniük a mérési eredményekben. Ez biztosítja az IT hozzájárulásának egyértelmű tudatosodását is.

azt fogja mondani, hogy köszöni szépen, neki ennyi biztonsági megoldás elég, és ezzel be is határoltuk, hogy a szállító milyen védelmet tud neki nyújtani.

– Ez pedig határt szab a szállító felelősségének...

– Innentől kezdve a gyártó felelőssége nem jogi, hanem egyfajta erkölcsi felelősség, amely arra terjed ki, hogy kötelessége tájékoztatni ügyfelét az egyes kockázatokról és azok bekövetkezési valószínűségéről. Kötelessége olyan termékeket fejleszteni, amelyek képesek megvédeni az informatikai rendszereket az egyre gyorsabban változó biztonságtechnikai kockázatoktól. Ezek után pedig be kell mutatnia ügyfeleinek a termékeket, és el kell mondania, hogy „ez erre jó, az pedig véd ezektől is". Azt gondolom, ebben az iparágban a beszállítói felelősség egyik sarkalatos pontja ezek alapján a hiteles, korai és mindenre kiterjedő tájékoztatás. Például a desktop esetében évekig a vírustámadások és az ezek ellen védő antivírusprogramok jelentették a kulcskérdést. Antivírusprogram ma a legtöbb vállalatnál található, mégis, ebben a körben is hallunk Blasterről, MyDoomról és így tovább. Hogyan lehet tehát, hogy az antivírusprogramok ellenére férgek hatolnak be ezekbe a rendszerekbe? A válasz, hogy az úgynevezett összetett fenyegetések egészen más módszerrel terjednek, mint a hagyományos vírusok, és ezek ellen egy antivírusprogram már nem véd. Szükség lenne tűzfalra és behatolásdetektálásra is. De számoljuk meg, hogy Magyarországon hány asztali számítógépen van az antivírusprogram mellett még tűzfal és behatolásdetektáló szoftver is! Nagyon kevésen. Márpedig nem az antivírusszoftver feladata, hogy a rendszeren egy adott portot zárva tartson, hanem tipikusan a tűzfalé. És ezzel visszajutunk a tájékoztatás fontosságához. Ha az ügyfél és a szállító kapcsolata jó, akkor az ügyfél a kockázatokról hiteles, naprakész tájékoztatást kap, az viszont már az ő felelőssége, hogy a tájékoztatás alapján milyen döntéseket hoz, milyen rendszerekre költ.

OKI Live 2004

Új nyomtatók, új koncepció

Az OKI Systems (Magyarország) Kft. május 6-án Budapesten, a Pólus Centerben tartotta meg OKI Live 2004 elnevezésű termékbemutatóját, ahol a Chromability elnevezésű új technológia és a közel tucatnyi új nyomtató jellemzőit Érdi-Krausz Gábor, ***a kft. ügyvezető igazgatója, valamint*** Weiler Árpád ***kereskedelmi igazgató ismertette a megjelent partnercégek képviselőinek és az újságíróknak.***

Az OKI a következő új monokróm (fekete/fehér) nyomtatókkal jelent meg a piacon: az egyéni felhasználóknak tervezett B4100-zal, a kisebb munkacsoportoknak kínált B4250-nel és B4350-nel (22 lap/perc), valamint a közepes és nagy munkacsoportoknak szánt B6200-zal és B6300n-nel (24 és 36 lap/perc, 75 ezer oldal/hónap).

Az eddigi C5000-es sorozatú színes nyomtatók családja a C5200n, C5400n és C5400dn típussal bővült, továbbá megjelent a C3100 is, amely már az egyéni felhasználó számára is a munkacsoportos nyomtató képességeit kínálja. A C3100 főbb jellemzői: kategóriájában a legnagyobb, 12 lap/perc (színes) és 20 lap/perc (fekete/fehér) sebesség, Ask OKI szolgáltatás, banner nyomtatása. Az új 5000-es nyomtatókkal házon belül lehet színes névjegyet, bannert (max. 12 000 mm), öntapadós matricát, CD-borítót stb. nyomtatni, papíron kívül fóliára és pauszra is.

A Chromability („színképesség") kifejezés az OKI saját, professzionális színesnyomat-készítő koncepcióját, technológiáját takarja. Ezzel pedig elérkeztünk a legérdekesebb részhez. A chromability kifejezés szó szerinti fordításban a színekben rejlő potenciált jelenti, vagyis az OKI nyomtatók minden használója bármikor kivételes könnyedséggel készíthet kiváló minőségű nyomatokat.

Az OKI eddig is élenjárt a gyors és kiváló ár-érték aránnyal rendelkező, üzleti célú színes nyomtatók gyártásában, most azonban olyan eszközt ad a fel-

OKI B4350

OKI B6300

Mikihiko Maeno

Mikihiko Maeno a japán OKI Data Corporation elnöke és vezérigazgatója. E minőségében felelős a vállalat összforgalmának alakulásáért, a kutatás-fejlesztés és a marketingtevékenység sikerességéért, valamint a gyártásban részt vevő társult vállalatok működéséért. Ezenfelül ő felügyeli az OKI fax- és nyomtatóágazatainak összehangolt, globális stratégiáját is.

Maeno a Kyoto Egyetem Science and Mechanical Engineering karán szerzett diplomát 1967-ben, majd az OKI Electric vállalatnál gépészmérnökként kezdte karrierjét. Az elmúlt több mint 20 évben nyomtatók, banktermináló és egyéb perifériák kifejlesztésén, valamint az ezzel kapcsolatos technológiák tökéletesítésén munkálkodott.

Két USA-beli kiküldetése is hozzájárult ahhoz, hogy mélyreható ismereteket szerezzen a nemzetközi üzleti életben. 1981-től a New Jersey állambeli Mt. Laurelben, az Okidata Corporation vállalatánál műszaki igazgatóhelyettesi pozíciót töltött be. Ezt követően 1991 és 1993 között a massachussettsi Marlboróban tevékenykedett, ahol a semmiből kellett elindítania a számítógép- és szoftverüzletet. Mindezek mellett fontos szerepet vállalt a skóciai gyártás 1987-es beindításában is.

2000-ben az OKI Electric vállalatigazgatója lett, és emellett ő vezette a takasakii üzemet is.

2001 áprilisában ügyvezető igazgatóvá nevezték ki az OKI Data termékeket műszakilag támogató és szervizelő OKI Customer AdTechnél, az OKI Electric egyik leányvállalatánál.

Maeno 2002 októberében tért vissza az OKI Data Corporationhöz mint ügyvezető igazgató, 2003 februárjában pedig vezérigazgatóvá léptették elő.

Az OKI Data Corporation elnöke a nyomtatópiacról

Az OKI Live 2004-en megjelent Maeno Mikihiko, *a nyomtatókat gyártó japán cég elnök-vezérigazgatója és* Andrew Montgomery, *a vállalat európai igazgatója is. A tájékoztatót követően Maeno Mikihikót a nyomtatók piacáról kérdeztük.*

– Hogyan alakultak a színes nyomtatók eladási adatai az elmúlt évben?

– Az USA-ban és Japánban 10-10 százalékkal növeltük eladásainkat, Európában és ebben a régióban ez a szám a színes printerek szegmensében 13 százalék. Azt várom, hogy a színes nyomtatók piaca nagyon gyorsan, évi 15-16 százalékkal fog nőni. Valami hasonló „átállási" jelenség játszódik le itt is, mint ami a mobiltelefonoknál és a televíziókészülékeknél tapasztalható. Örömünkre szolgál, hogy négy országban, Portugáliában, Spanyolországban, Szlovéniában és Új-Zélandon értékesítésben megelőztük a Hewlett-Packardot.

– Hogyan látja az OKI nyomtatási technológiájának jövőjét, összehasonlítva a versenytársak lézernyomtató-technológiájával?

– Azt gondolom, hogy hosszú távon egyértelműen az általunk követett technológia jelenti a perspektivikusabb megoldást. Nem elhanyagolható szempont, hogy a felhasználók számára egyre fontosabb életciklus-tulajdonlás költségének (TCO) szempontjából is nyerőnek ítélem a lézernyomtatással szemben.

– Várható-e a színes nyomtatók méretének további csökkentése annak érdekében, hogy az egyéni felhasználók otthoni környezetben is kényelmesen használhassák azokat?

– A négy színes festékpatron és más belső részegységek mérete tovább fog csökkenni, és véleményem szerint három éven belül az A/4-es nyomtatók külső mérete a ma legújabbnak számító készülékek nagyságának kétharmadára csökken.

OKI C5200 ***OKI C5400***

használók kezébe, amellyel a printerek képességeit maximálisan ki tudják használni. Az OKI célja, hogy bármilyen méretű és felépítésű üzleti vállalkozás, szervezet házon belül, önállóan el tudja készíteni színes anyagait, méghozzá kiváló minőségben és megjelenésben. A cég meggyőződése szerint – szaktudásra vagy gyakorlatra való tekintet nélkül – minden egyes felhasználó számára lehetővé kell tenni, hogy gyorsan és zökkenőmentesen a lehető legjobb eredményt hozza ki a nyomtatókból, s így professzionális minőségű színes anyagokat készíthessen.

Mindezek érdekében a gyártó az alábbi megoldásokkal segíti a felhasználókat a professzionális színes nyomatok készítésében:

– Az OKI Template Manager egyszerűen használható, jól paraméterezhető szoftver, amely számos előre gyártott sablonjával segíti a saját ötletek megvalósítását is. Az OKI Template Manager minden új OKI termék dobozában megtalálható, frissítései az internetről ingyenesen letölthetők.

– Az OKI bannermédia segítségével lehetséges akár 1,2 méteres szalagcímek, figyelemfelkeltő poszterek és egyéb nagyméretű anyagok elkészítése.

– Az OKI névjegykártya-médiával percek alatt tökéletes névjegykártyákat lehet készíteni, akár 10-20 darabos sorozatban is.

– A CD-címkemédiával kiváló minőségű CD-borítók, -címkék és hatásos belső mellékletek készíthetők gond nélkül.

– Egyetlen kattintás az Ask OKI fülre, és online kapcsolat esetén a nyomtató meghajtólapján minden hasznos információ megtekinthető. Így másodperceken belül megismerhetők az OKI nyomtatók képességei.

Berényi Róbert, az OKI Systems (Magyarország) Kft. kereskedelmi igazgatója így fogalmazott: „A Chromability egy koncepció, amely az OKI igazi értékeit egyedülálló módon képes optimalizálni. Mi nem elégszünk meg azzal, hogy hatékony, megbízható és gazdaságos nyomtatókkal lássuk el vásárlóinkat. Azt szeretnénk, hogy mindenki számára nyitva álljon a lehetőség, hogy a legtöbbet hozhassa ki a gépekből, legyen szó akár feltűnő szalagcímről, akár profi kidolgozású névjegykártyáról. Az OKI nyomtatóival és az egyszerűen elérhető internetes segédlettel egyik sem okozhat gondot."

TŐZSDÉRE MEGY A GOOGLE

Minden idők legjobban várt dot-com részvénykibocsátása

Megtörténik hát, amire régóta vár minden vérbeli internetfelhasználó: tőzsdére megy a search engine-ek királya, a Google. Az esemény ha nem is világmegváltással, de legalábbis az IPO-piac újraélesztésével ér fel. Különösen izgalmas „spirituális" vetülete, amire szerintem még nem volt példa a tőzsdepiacon. Mert sok cég mutatkozik be kedvencként, és marad is a csúcson egy darabig, de hogy például a Krispie Kreme (szegények elveszítették a fele királyságukat az Atkins-diétának köszönhetően, pedig mindenki ezt a részvényt tartotta nyerőnek hosszú ideig) vagy éppen Warren Buffet cége, a Bershire Hathaway kultusza nem nevezhető spirituálisnak, az biztos. Mert a befektetés arról szól, hogy valaki pénzt csináljon, nem pedig arról, hogy a világot jobbá tegye. Vagy mégis? Ilyesfajta izgalommal csak az 1995-ös Netscape-IPO előtt találkoztam, ami nagyot is szólt, megváltoztatva azt, ahogy a nagyvilág úgy általában kommunikált.

HORVÁTH LÁSZLÓ, az ActiveMedia elnöke

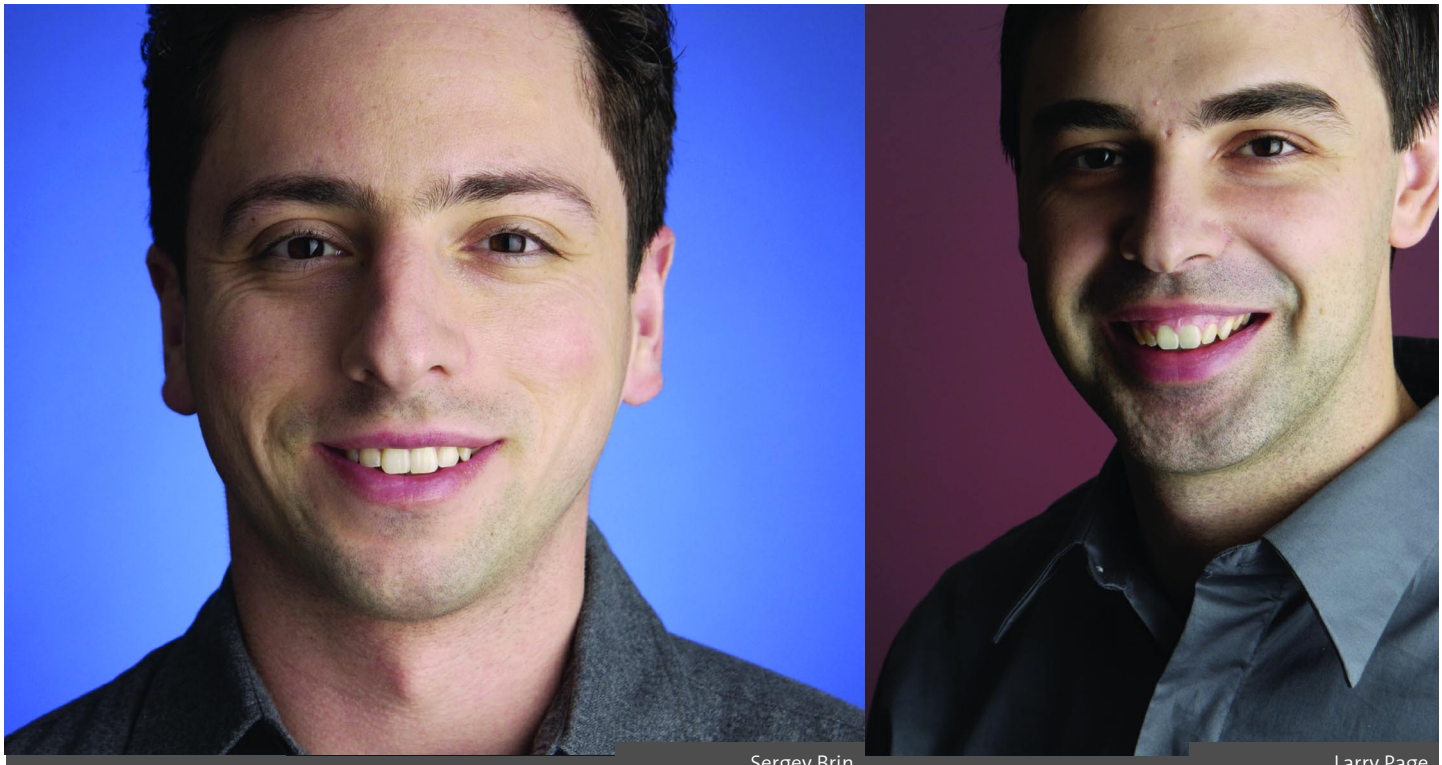
A Google más

Ki törődik már a régi idők sztárjaival, a lassan teljesen feledésbe merült kilencvenes évek múlt századi maradványaival? A kissé túlzsúfolt designú Yahoo! portállal, a Time Warner „régimédia-moguljai" által lassú süllyedésre ítélt AOL-lal vagy a minden idők legnagyobb IPO-ját hozó The Globe-bal? Az utóbbival kapcsolatban mellesleg soha nem értettem, hogy mi is lett volna az üzleti modelljük, pedig munkatársaimmal nagyon jót buliztunk velük több megalomán New York-i, egész éjszaka tartó „üzleti" fogadásukon, ahol a reklámszakmát próbálták magukhoz édesgetni. Arról nem is beszélve, hogy a Yahoo! (amely, ugye, csak a laikusok számára volt kereső, egészen mostanáig, amikor az Inktomi-technológia megvásárlásával tényleg kereső lett az Index vagy a Portal) részvényesei úgy döntöttek, a Google IPO-ja rossz hír a Yahoo! számára, és így 8%-ot veszített értékéből a cég. Úgy tűnik, az új generáció az alapító atyák ellen nagy lendületbe jött.

A mai, iraki háborútól nyűgös, olajáraktól ideges, a recesszióból való lassú kilábalástól türelmetlen Wall Street és Main Street, a bankvilág és a középosztály megváltóként ünnepli a Google-t, az amerikai álom XXI. századi első világraszóló sikertörténetét. És a fiatal cég nem is bánja a mindenható megváltó szerepét, inkább okosan kihasználja.

Az óriás árnyékában

Sok kisebb cég próbál besettenkedni a részvénypiacra a Google-tól remélt IPO-hullámmal. A San Franciscó-i PlanetOut-tól – amely a homoszexuálisok online találkozóhelye lassan már egy évtizede – a könyvárusító Alibrisen és az ékszerkereskedő Blue Nile-en keresztül az online reklámmal foglalkozó Advertising.com-ig. Érdekes megfigyelni, hogy milyen lanyha érdeklődés kíséri ezeket a cégeket, mert mindenki a kedvencre, a Google-ra figyel. A sok kicsi azonban sokra megy: az idei első negyedévi kockázati tőkebefektetési jelentések 4,6-5,1 milliárd dollárról szólnak, ami 10-24%-kal meghaladja a tavalyi értéket.



Sergey Brin Larry Page

Ne tégy rosszat! – a messiás eljövetele

A spirituális tartalom, amelyet a Google-brand hordoz, elképesztő erejű, és nagyon sok rétegű. Ez a search engine igazán a közembereké, mert elsőként vette komolyan az online felhasználó igazi érdekeit: azt adjuk neki, amit keres, és ne azt, amihez nekünk fűződnek érdekeink. Amikor a Yahoo!-n valaki beírt egy keresési kulcsszót vagy kifejezést, akkor joggal azt hihette, hogy a megjelenő eredmények a Yahoo! algoritmusának eredményeként a legpontosabb válaszok. Azonban nem így történt: a Yahoo! eléggé sunyi módon saját szerkesztőinek eredményeit tette az organikus – és egyébként éveken keresztül a Google által megteremtett – eredmények elé. Arról nem is beszélve, hogy a reklámok a Yahoo!-n és az összes többi keresőn vagy magát keresőnek nevező reklámlistán (Overture) az organikus eredményekkel egybemosva, a kereskedelmi tartalmat külön nem megjelölve jelentek meg. Mindez megfelelt a mindenáron való pénzcsinálás, a minőséggel nem nagyon törődő pénzügyi befektetők és később a részvényesek rövid távú érdekeinek.

A Google alapvető filozófiája a „consumer experience" tisztán tartása, kompromisszumok nélkül. A Google használói mindig tudják, mikor kattintanak reklámra (színes háttérrel megjelölt szponzorált, illetve dobozba tett link az eredményoldalak jobb oldalán) vagy pedig valódi, organikus, igazi eredményre. Ennek a kompromisszummentes küldetéstudatnak köszönhetően igazi futótűzként terjedt a Google: szeretik a használók, ha egy cég szolgáltatásainál az ő igényeik szerepelnek a legelső helyen, és nemcsak a szavak szintjén. Innen ered a napi 750 milliónyi page-view.

A cég egyetlen reklámdollár elköltése nélkül került a csúcsra, mert „cool" volt a site-ot elküldeni a barátoknak. Ami már egymagában is csodának nevezhető, hiszen minden új termék bevezetésének a marketing-költségvetés a legnagyobb tétele.

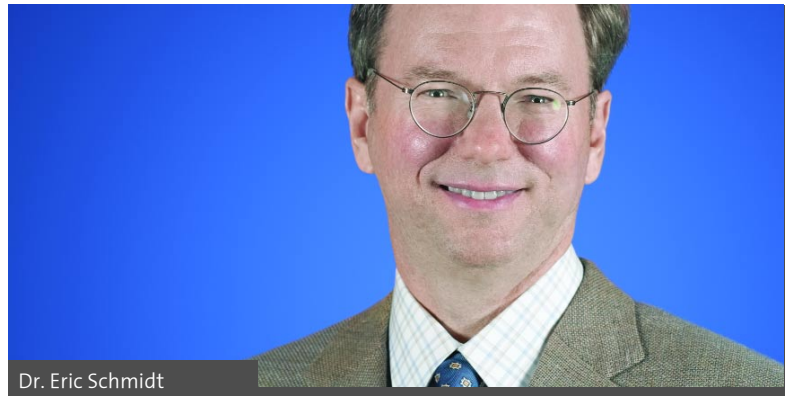
E filozófia és gyakorlat másik pozitív következménye, hogy a reklámok, amelyeket tisztán megjelölve, lézertargetálva találnak a felhasználóknak, sokkal jobban működnek, mint a nem vagy gyanúsan targetált, agyonzsúfolt portálokon, amilyen a Yahoo!-é vagy az AOL-é. Ettől lett a Google „internetlufi, amely elfelejtett kidurranni" – hogy egy jó barátomat idézzem. És itt kezd a sztori tényleg izgalmassá válni.

Bölcsek köve

A Google története alapszinten arról szól, hogy az internet elképesztően jól működik a felhasználók és a kereskedelmi érdekek által vezérelt reklámozók számára is. A titok nagyon egyszerű: jól kell csinálni, megértve a keresőket használók motivációját. A kevésbé sikeres portálok nemcsak a keresési eredmények megjelenítésében vezették félre a felhasználókat, hanem a reklámozó cégek érdekeit is félreértették, rövid távú bevételekben reménykedve.

Íme, egy másik spirituális tartalom: amit tudni illik, vagy amit tudni lehet, az megtalálható a Google-on. A bölcsek köve megszületett. Amit nem találunk meg a Google-on, az nincs. Vagy legalábbis nem érdekes. Nem cool. És erre maga Google méltóságos úr is rájátszik.

Az isteni hatalom földi helytartója


Dr. Eric Schmidt

Az internetről azt mondjak hogy anarchikus. Persze ezt mondják sok minden másról is, az amerikai szabadságról, az individualizmusról, a különféle világnézetek és vallások egymásról – és így tovább. Ez az új internet viszont leginkább egy jóindulatú, kedves diktatúrára emlékeztet, ahol a Googleplex urai döntik el az algoritmusukon keresztül, hogy hogyan is néz ki a világ. Ez engem leginkább az egyiptomi fáraók és papok világára emlékeztet, ahol a beavatottak óvták a tudást, míg a közemberek úgy részesülhettek abból, ahogyan azt a papok jónak látták. Mindezt persze annak a nevében, hogy a Google ingyen biztosítson üzleti és személyes információt használóinak.

A Google-helyezéseknek a különféle üzletekre gyakorolt hatása megdöbbentő: sokak számára élet-halál kérdése az üzleti siker szempontjából, hogy magasan jegyezzék a Google-eredmények között. Amikor pedig a gigász táncolni kezd – a Google tánca ugyanis nem más, mint a nagy hatalmú algoritmus megváltoztatása –, akkor reszketnek az egerek, és csörög a telefon éjjel-nappal a keresésoptimalizációs cégeknél, mert hirtelen eltűntek a vásárlók, akik a Google-tól érkeztek, és ez néhányaknak sok ezer dollár veszteséget jelent óránként...

A Googleplex lakói, azaz a cég munkatársai úgy is élnek, mint az istenek az Olümposzon: nem kell a Valley forgalmában zötykölődniük ebédelni menet, a Grateful Dead kultuszrockegyüttes főszakácsa vezetésével organikus, egészséges menüt kínál a céges menza, természetesen ingyen. A masszázsért sem kell fizetni a megfáradt komputerguruknak, sőt ha valaki unja a Google-projekteket, amiért fizetik, a cég arra biztatja, hogy az ideje 20%-ában saját gondolatait követve alkosson újat. Így alakult ki a futótűzként terjedő Orkin, a Google mérnökei által alapított social networking honlap.

Mindez a társadalomért érzett felelősség – bocsánat, a világ iránt érzett felelősség – jegyében, hogy az alapítók sokat idézett bevezetőjét idézzem. Érdekes lesz figyelni, ahogy a Googleplex elefántcsonttornya találkozik a valósággal a részvénytulajdonosok befolyásán keresztül. Mert az elvárások nagyon ambiciózusak, és aki istenként kezd, az csak csalódást okozhat... A média és az amerikai befektetők nagyon agresszívek, könyörtelenek tudnak lenni, amit a bukott angyalok, a tegnap sztárjai tanúsíthatnak. Arról nem is beszélve, hogy a 800 dolláros (!) fűthető vécéülőkék talán nem tartoznak a kreativitást és általános munkahelyi jó hangulatot emelő befektetések közé, s talán a részvénytulajdonosok már előre fenik a fogukat a milliókra rúgó megtakarításokra. Ami még egy ellentmondás, hiszen a Google-t a Wall Street Journal mint a Cheap Revolution bajnokát hirdeti május 5-ei számában, hiszen nem óriási befektetést igénylő gépeket, hanem a legolcsóbban beszerezhető, ócska PC-ket használ, amelyeket azonnal kidob, ha elromlanak. Így aztán semmibe nem kerül a PC-k javítása, igaz? Persze ezek komoly üzleti megtakarítások, míg a munkahelyi luxust a munkaerőbe történő befektetésként kezelik.

A Google-bomba

Természetesen nincs vallás lázongók nélkül. Ennek legtisztább példája a Google-bomba: amikor sok száz webmester előre egyeztetett kulcssora egy bizonyos helyre mutat minden résztvevő honlapjáról, akkor a Google mindenható algoritmusa megbukik. Talán a legjobb példája ennek az elhíresült „weapons of mass destruction" bomba, amely egy „error page"-nek tűnő, de valójában a Google-bomba által elhelyezett oldalra mutat.

Reklámcenzúra

És nincsen isten ellentmondások nélkül: példa nélküli, hogy egy internetszolgáltatás által visszautasított reklámozó a nemzeti tömegmédiában kapjon figyelmet. Pedig ez történt, amikor egy Bush-ellenes feliratú trikókat áruló Los Angeles-i üzlettulajdonos panaszkodni kezdett, hogy ez cenzúra. Mintha a Google-nak nem állna jogában megszabni a reklámozói feltételeket. Talán átkerült a search engine egy új dimenzióba, amikor már közszolgáltatónak minősül a felhasználók szemében? Remélem, a politikusoknak nem jut eszébe ezt is szabályozni – ámbár úgy tűnik, hogy a legutóbbi kongresszusi döntés, miszerint nem büntetik meg az internetet forgalmi adóval, arra mutat, hogy a prioritások listáján nem áll előkelő helyen a keresők szabályozása. Ez amúgy is túl bonyolult lenne egy politikusnak ahhoz, hogy megértse.

Kint is vagyok, bent is vagyok

Olyan tulajdonosi struktúrát tervez a Google, amely két különböző osztályú részvényre épül, akár a Ford Motor Company esetében. Így a triumvirátus (a két alapító és *Eric Schmidt*, a CEO) megszerzi milliárdjait anélkül, hogy elveszítené a cég feletti ellenőrzés 100%-át. Ez pedig eleve sokakat eltántorít attól, hogy odaadják pénzüket az őket megillető ellenőrző hatalom nélkül.

Te mondod meg a részvény árát

Az sem újdonság, hogy aukció formájában fogják piacra dobni a részvényeket: ráadásul a reklámeladásnál olyan jól bevált „Dutch auction" metódussal, ahol a vásárló mondja meg, hogy milyen áron hány részvényt kíván megvásárolni. Így a cég maximalizálja IPO-bevételét, hiszen a lehető legmagasabb áron tudja majd eladni részvényeit, anélkül, hogy a befektetési bankok extraprofitot szereznének. Ez természetesen még népszerűbbé teszi a kedvenceket, hiszen a sok botrányban megtépázott hírnevű óriásbankok passzívan asszisztálnak majd ahhoz, amit a piac mond. Ez pedig nem kevesebb, mint a közvetlen kapcsolat kialakítása a vásárlóval, a jövendőbeli tulajdonossal, közvetítő nélkül.

A Google szerint még egy következménnyel jár ez a módszer: nem lesz óriási árugrás az első napon, hiszen a tudományosan meghatározott legmagasabb ár felverésének már nem igazán van értelme. Itt viszont megváltoznak a játékszabályok, és bármi történik is a Google-lal a piacon, az internet közlekedési rendőreinek előbb-utóbb rá kell döbbenniük, hogy irracionális szabályok működtetik a befektetőket, és e felett már nem lesz módjuk ellenőrzést gyakorolni. Jóslatom szerint a Google ugyanúgy hektikusan fog mozogni a piacon, mint ahogy az index mozog az IPO-t követően.

A befektetők

A konfliktus a milliárdossá válás, illetve a Wall Street hatalmának való behódolás között világos az alapítók számára. Szerintem ők nagyon kényelmesen eléldegélnének a százmilliós éves bevételből, viszont a tőkebefektetők, akik kockázatot vállaltak a két PhD-diák ezoterikus keresőprogramjával, már pénzt akarnak. A sok vérveszteség és bukott vállalkozás után az 1 dollárnyi befektetés után kábé 240 dollárt hozó IPO már megkerülhetetlen az alapítók számára. Igazi „Ki kicsoda?" a kockázati tőke világában azon VC-cégek listája, amelyek mindjárt a legelején beszálltak a Google-ba: a legendás Kleiner Perkins Caufield & Byers mellett olyan hírességek, mint *Anthony Brydon*, a Visible Path alapítója, *Bill Campbell* az Intuittól vagy éppen *Arnold Schwarzenegger* kormányzó. A Sun Microsystemsnél meggazdagodott *Andy Bechtolsheim* befektetése 300 millió dollárt érhet, ahogy a számtalan cikkből kimazsolázhatjuk az igazi nyertesek nevét. Soroljam még? *Tiger Woods, Henry Kissinger, Shaquille O'Neai*. Akik nemcsak híresek, de okosnak is bizonyultak (vagy jók voltak a tanácsadóik). Sokan fogják aranyba foglalni a Google nevét. Mindannyian éhesek egy sikertörténetre az internetlufi kipukkanása óta... Jut majd mindenkinek a jutalomból, 25 milliárd dollárból már lehet osztozkodni. (Hogy is állunk a magyarországi GDP-t ezzel összehasonlítva? A két korai harmincas cége valószínűleg jóval több mint a felét fogja érni Magyarország egyéves értékének.)

Csata a Microsofttal

Kísértetiesen ismétli magát a történelem: bármikor áttörés történik az online iparban, a góliát Microsoft megkerülhetetlenül a képbe kerül.

A Gmail szolgáltatás a nagydíjra pályázik: az 1 gigabájtnyi ingyenes tárképességgel senki nem versenyezhet. Innentől kezdve egyetlen e-mailt sem érdemes kitörölni, mert a Google-on bőven elfér egy életnyi levelezgetés, és mi lesz, ha negyven év múlva a mélyen tisztelt Google-használó meg szeretné nézni, hogy éppen kikkel levelezgetett akkortájt?

Ezzel kapcsolatban egy gigászi harc előjátékát, a pozíciók keresését figyelhetjük meg: a Hotmail innentől már nem is olyan forró a sokkal kisebb tárolókapacitás miatt, a keresőfunkcióról nem is beszélve. Várhatjuk a Microsoft válaszát – talán még az IPO előtt.

Mellékesen talán érdemes megjegyezni, hogy több PhD dolgozik a Google-nál, mint a Microsoftnál. Ami megmagyarázza, hogy miért megy ilyen magabiztosan a maga útján a tudás birtokosaként a Google, tovább építve 100 000 szerverből álló, két kontinensen elhelyezkedő gépparkját, megteremtve az alapját más szolgáltatásoknak is, amelyeket a versenytársak nem tudnak produkálni.

Harc a Yahoo!-val

A Yahoo!-ból nőtt ki a Google, sőt a Yahoo! valamivel kevesebb mint 5% tulajdonrészt is kapott a cégben (ahogy az AOL is szerzett 3%-ot). *David Filo*, a Yahoo! egyik alapítója ott bábáskodott a Google megalakításakor, 1998-ban. Persze akkor még nem látszott, hogy mekkora növekedési potenciállal bír a két „geek" csapata.

Egy mindenesetre biztos: a XXI. század első igazi, globális üzleti üstököse a Google lesz. Talán sikerül túlélnie a sokmilliárdos méretből adódó stílusváltást, de ha nem, akkor is rengetegen igen sokat köszönhetnek neki – és nemcsak a befektetők.

HOMOGÉN GENERÁCIÓ

Európai fiatalok a márkák világában

A Millward Brown 10 európai országban, köztük Magyarországon végzett felmérést a 18–25 éves fiatalok körében. A kutatásból kiderül, hogy a kulturális különbségek ellenére az európai fiatalok több dologban hasonlítanak egymásra, mint amennyiben különböznek. Életstílusukra, öndefiníciójukra, vágyaikra és félelmeikre a legnagyobb hatást a materiális fogyasztás gyakorolja.

ÖSSZEÁLLÍTOTTA: SZÉLL ANDRÁS

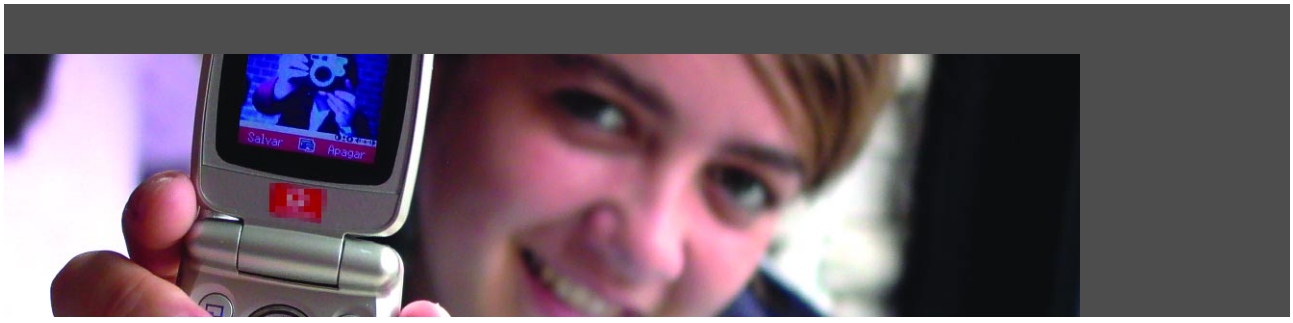
Európai fiatalok. Létezik-e egyáltalán ilyen csoport? Lehet-e egységesen jellemezni az olyan eltérő kultúrájú országokban élő fiatalokat, mint például Törökország, Németország vagy Magyarország? A Millward Brown kutatásának eredménye azt mutatja, hogy az európai fiatalok több dologban hasonlítanak egymásra, mint amennyiben különböznek. Könnyen vághatnánk rá, hogy ez az Európai Unió egyesítő erejéből fakad, a háttérben azonban egy másik, országhatárokon átívelő erő áll. Az európai fiatalokat a fejük fölött repkedő politikai gondolatok helyett inkább az őket körülvevő márkák fogyasztása érdekli. A húsz év körüli európaiak öndefiníciójára, vágyaira és félelmeire, egyszóval az életére semmi sem gyakorol akkora közvetlen vagy közvetett hatást, mint a fogyasztás.

A 2003 második felében végzett kutatásban Csehország, Franciaország, Lengyelország, Magyarország, Németország, Olaszország, Oroszország, Portugália, Spanyolország és Törökország vett részt. Államonként 2 fókuszcsoport-beszélgetést szerveztek, és 10 etnográfiai interjút készítettek; 18 és 25 év közötti egyetemistákat kérdeztek meg, fele-fele arányban férfiakat és nőket. A fókuszcsoportban spontán beszélgetést, projektív és kreatív technikákat egyaránt alkalmaztak.

Vágyak, félelmek, életfilozófia

Az egyetemisták vágyait is a fogyasztás határozza meg. A fogyasztáshoz pénz kell, azt pedig a jó kereset garantálja. Az anyagi biztonsághoz a legfontosabb eszköz a jó állás. A megkérdezettek számára az ideális munka jól fizet, élvezettel végezhető, szabadidőt és társadalmilag elismert státust biztosít. Nem meglepő, hogy a spektrum másik végén a félelmek között szerepel a rákényszerülés az olyan tevékenységre, amely nem nyújt élvezetet. A fiatalok azonban nincsenek felkészülve a munkáért folytatott küzdelemre, és tartanak attól is, hogy felnőtté válva nem találják meg helyüket a társadalomban. A családalapítás nem szerepel a fő célok között. Számolnak vele, de csak a messzi jövőben, és tartanak attól, hogy lesz-e elég pénzük hozzátartozóik eltartására.

„Még mindig nincs tervbe véve. Még nem érzem úgy. Még nincs meg az a biztonság, amely mellett megtehetném, hogy gyereket szüljek" – mondta egy 24 éves női válaszadó.



Büszkén hangoztatott individualizmusuk árnyoldala az izoláltság esélye. A „bulizás ezerrel” a magány rémét hivatott távol tartani. Akinek nincs „pasija” vagy „nője”, az „lúzer”. Nem véletlen hát, hogy naponta fiatalok tízezrei ülnek a monitor elé, hogy a gombamód szaporodó internetes társkeresőoldalakon rátaláljanak az igazira.

A vágyakat és félelmeket összefoglalva, a Millward Brown kutatásából kitűnik, hogy a fiatalok viszonya a felnőtté váláshoz kettős. Szeretnék élvezni mindazokat a jogokat és előnyöket, amelyeket egy felnőtt élvezhet, de félnek a vele járó kötöttségektől és a felelősségvállalástól. Bizonytalansággal tölti el őket a távoli jövő, nem látják a garanciát a felnőttkori sikerességre. Ez a generáció mára átírta a descartes-i gondolatot, amely saját fordításukban így hangzik: „Változom, tehát vagyok.” Egyéniségüket a változásban, a változatosságban fogalmazzák meg. Felvették a tempót, és a gyorsítósávból már nem olyan rémisztő a rohanó világ. A divat egyik napról a másikra alakul, és ők profi szintre fejlesztették a trendek követését. Aki lemarad, kimarad, legyen az divat, zene vagy meló.

„Régen nem volt ennyire felgyorsulva a világ, nem kellett ennyire teljesíteni, odafigyelni, hogy mit csinálsz, mert az egyik pillanatban még van munkahelyed, félremész egy percre, és már nincs is munkahelyed. Erre az emberek csak úgy tudnak reagálni, hogy rohangálnak, mint macska a forró bádogtetőn” – nyilatkozott egy 20 éves férfi.

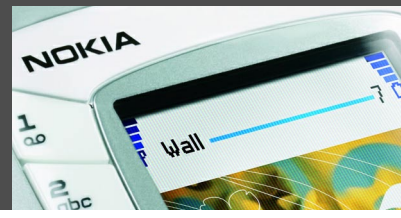
A trendi, a nyugis és a borús

A sok hasonlóság mellett azért persze akadnak különbségek is. Vessünk egy pillantást a Millward Brown kutatásában részt vevő EU-s újoncokra, a cseh és a lengyel egyetemistákra, valamint magyar kortársaikra.

Mi, magyarok igen borúsan látjuk a jövőt – de ez talán nem új hír. Pesszimizmusunkban társra találhatunk a csehekben, akik szintén nem látnak nagy lehetőséget a jövőben. Azonban máshogy éljük meg a szomorkás pillanatokat. Mi, magyarok a búból a „carpe diem!"-be menekülünk, és a mának élünk, fürkésszük az újdonságokat, amelyek kizökkenthetnek a szürkeségből. A csehek inkább tradíciótisztelők, és húzódoznak az újdonságoktól. *Hrabal* és *Kafka* filozófiája áll közel hozzájuk, s fekete humorral lendülnek át a nehézségeken. A lengyel huszonéveseknek ilyen gondjaik nincsenek, derűsen néznek a jövőbe, és nem tartanak attól, hogy mit hoz a holnap. Derűjüket öntudatukból merítik, büszkén, magabiztosan néznek szembe a kihívásokkal. A derű nem összetévesztendő a meggondolatlan könnyelműséggel. A lengyelek roppant racionálisak. Nem zárkóznak el semmitől, de inkább észérvekkel, semmint érzelmekkel lehet őket meggyőzni. Nem ilyen nyitottak viszont a csehek. Hagyománytiszteletük az újdonságok iránti bizalmatlanságot is magában hordozza. A magyarok pedig mindenre vevők. Mottójuk: „Ami modern, az jó." A magyar fiatalok mércéje a trendiség, a norma, amelyet követni kell, ha az ember nem akar „old school" maradni.

Látszatfitnesz

A fiatalok a teljesítési kényszeren kívül állandó imázsalakítási kényszer alatt is állnak. A plakátokról szupermodellek mosolyognak le rájuk, a való világot ábrázoló reality-show-kba csak izmoktól duzzadó ifjak és a nőies gömbölyületektől még inkább duzzadó lányok kerülhetnek be. Ők megcsinálták, ők sikeresek. A kicsattanó egészség a huszonéveseknél nem öncélú. Nem azért akarnak fittek lenni, vagy legalább annak a látszatát fenntartani, hogy ne fulladjanak ki, ha leáll a mozgólépcső, hanem hogy mások lássák, mennyire egészségesek,



Képek a fejben

A Millward Brown kutatásában részt vevők egyik feladata egy kollázs összeállítása volt, azokból a képekből, amelyek szerintük a legjobban visszaadják a fiatalok életérzéseit. A kollázsok Portugáliától Oroszországig hasonló elemekből állnak. Feltűnő rajtuk a termékeket ábrázoló képek nagy száma. A fiatalok életében döntő szerepet játszanak a külső jegyek, a képeken divatos ruhák és szupermodell-alakú férfiak és nők láthatók. Számukra a materializmus a vezérlő látásmód: az vagy, amid van!

„Senki nem néz bele a másikba, nagyon számítanak mostanában a külsőségek" – jegyezte meg egy 22 éves férfi. Nagy a kavalkád, a képek dinamikusak, a színek élénkek, ami az élet pörgését tükrözi.

A világ rohanása, a távoli jövő bizonytalansága a jelen megragadására készteti a fiatalokat. A „carpe diem!" jegyében élnek, ami hedonizmusra sarkall. A kollázsokban fontos szerepet kap a szexualitás, dolgoznak a hormonok. Ugyanakkor erősen hangsúlyos az individualizmus. A képeken egyedek láthatók, nem csoportok. Ha mégis többen szerepelnek, azok kifelé néznek a képből, az egyedek között nem jön létre kapcsolat.

tehát sikeresek. Mert a kettő szorosan összekapcsolódik. Az egészség teljesen új értelmet nyert a mai huszonéveseknél. Már nem biológiai szépségről van szó, sokkal inkább a fiatalság látszatáról. Egészséges az, aki fiatalnak látszik, akinek sima az arcbőre, és nincsen cellulitisze. A képlet tehát helyesen: fiatalos, ergo sikeres. Aki nem tudja a fiatalsághoz társított jegyeket produkálni, kiesik a versenyből. A tökéletes testért folytatott hajsza így tud átcsapni önpusztító, jellemzően a fiatal lányokat sújtó betegségekbe: anorexiába és bulémiába. A látszatfitnesz nagyszerű eszközei a „fittkaják". Aki Cola Lightot iszik, nem hizlaló joghurtot eszik biomüzlivel, és időnként beiktat egy fogyókúrát, azt hirdeti magáról, hogy ő odafigyel az egészségére. Ezzel remekül tompítható a cigizés, a kávézás és az alkohol miatt érzett lelkiismeret-furdalás. „Természetesen tudom, hogy egészségtelen, de úgy gondolom, hogy nem igazán. Most már úgyis van erre mindenféle wellness-program" – véli egy 21 éves nő.

Az igazi fittségért tenni is kell, és nemcsak egy héten egyszer. A fiatalok többsége lelkiismeret-csitító edzéseket tart, hogy elmondhassa magáról, volt tornázni, gyúrni, squasholni. Egyszer. Kétszer. A legáltalánosabb hozzáállás az, hogy „most nem sportolok, de hamarosan el fogom kezdeni." „Nagy nehezen rászántam magam, de legfeljebb hetente kétszer" – vallja be egy 23 éves nő.

Tuning és sztereotípia

A státusszimbólumok csúcsán az autó foglal helyet. Egy jó kocsi a szabadság és a függetlenség érzésével tölti el fiatal tulajdonosát. Kifelé sikerességet és magas életszínvonalat hirdet gazdájáról. Sőt: az autó önmagában lehet a végcél. Egy több tízmilliós lakás megvásárlása elérhetetlen távolságban van a fiatalok számára, míg a millió körüli gépkocsira belátható időn belül meg lehet takarítani a pénzt. Nem mindegy persze, hogy az milyen. A négy kerék önmagában még nem elég a jó önreklámhoz. „Nekem is mondták sokszor, hogy csak egy kis Polskim van, te úristen, pedig milyen jól keresek" – mondta egy 22 éves férfi.

Téved azonban, aki arra gondol, hogy kocsiban a „minél drágább, annál menőbb" a jelszó. A Millward Brownnak adott válaszokból kiderül, hogy például egyes luxusmárkák kifejezetten negatív imázsra tettek szert hazánkban. A huszonévesek szemében a Merdzsó- és Bömi-tulajdonosok gyanús egyének, akik valószínűleg nem a nyolcórás keresetükből tettek szert a kocsira. Ráadásul egy BMW már nem is feltétlenül annyira „cool", hacsak nem 1980 előtti, mert az már megint csak egyéniségre vall. Egy 22 éves férfi így fogalmazza meg: „Mi a fiatalság? Egy márkásabb autó remek zenével. Nem BMW, mert az már elit, hanem mondjuk egy Golf. Azt azért megnézik az emberek az utcán."

Az autó egyedisége tuninggal éri el a tetőfokot. Az életérzésre felfigyelt a szórakoztatóipar is, és sorra jönnek ki az olyan filmek és számítógépes játékok, amelyek a tuningosok és az illegális gyorsulási versenyek világában játszódnak. A tuningosok tépnek, a kocsik hangosak, az imázs pedig a lazaság, az erő és a szexiség. Utóbbin sokat dob egy kocsinak támaszkodó jó csaj.

A mobilod te vagy

A lemaradás, kimaradás fenyegetése ellen a jól informáltság nyújt biztos védelmet. Az információ beszerzéséhez a

huszonévesek elsősorban a technikához fordulnak. Állandó összeköttetésük van a világgal, percre kész információt fogyasztanak az interneten, és kapcsolatban állnak egymással az összes lehetséges csatornán, e-mailben, chaten és természetesen mobilon. Fényévekre vagyunk már a bunkofon korszakától, mára a mobil ars poetica, a személyiségjegyek hordozója, sőt nyakba akasztható ékszer. Komoly beszédtéma is, amihez az egyes típusok technikai paramétereit illik betéve tudni. A 18–25 évesek „változom, tehát vagyok" filozófiája természetesen a mobilválasztásnál is érvényesül. Az ideális mobil felveszi gazdája egyéniségét, alkalmazkodik hozzá színében, logójában és csengőhangjában, s ha kell mindezt egyik percről a másikra meg tudja változtatni. Egy 21 éves férfi szerint: „Egy mobil attól lesz sikeres, ha az emberek előveszik a szórakozóhelyeken, és mutogatják. Lássák mások is, hogy neked ilyen van. Ez a lényege, mert akkor én is veszek egyet, vagy nagyon irigy leszek."

Milyen a jó márka?

A 10 európai országban készített interjúkból pontosan meghatározható, hogy milyen közös tulajdonságokkal rendelkeznek azok a márkák, amelyeket a 18 és 25 év közöttiek a magukénak éreznek. A jó márka legyen tükör, amelybe tekintve a huszonévesek önmagukat látják. Elvárásuk az állandó újítás. A korcsoportot megcélzó gyártóknak folyamatosan újítaniuk, megújulniuk kell, hogy kedvencek maradjanak. Ahogy egy 19 éves nő fogalmazott: „Lepjenek meg minket mindig valami újjal!"

A fiatalok magas igényeket támasztanak a fizikai termékekkel szemben, és nagy figyelmet fordítanak a minőségre. „Ami régen minőséget képviselt, és elfogadott a mai napig, tehát ami tudott fejlődni és lépést tartani, az az elfogadott márka" – fogalmazott egy 25 éves férfi. A minőség nem egyedül azért fontos, hogy hosszan lehessen használni a terméket, hanem mert a vevőt a használt márka által ítélik meg kortársai, és csak egy mások által is minőségi márkaként számon tartott termék kölcsönöz használójának előnyös imázst.

A design egy márkán belül is legyen változatos, így viselője, tulajdonosa a márkát vásárlók közösségéhez tartozik, mégis megőrzi saját egyéniségét. Az eredetiség sokat nyom a latban, mert a fiatalok mindent megtesznek, hogy megkülönböztessék magukat az uniformizált, szürke tömegektől. „Ha olyan nadrág van rajta, amelynek lóg az ülepe, az nem arról szól, hogy többnek akar látszani, hanem hogy ki akarja fejezni: egyetért azzal az életérzéssel" – mondta egy 23 éves férfi.

Mint már említettük, a fiatalok szoros kapcsolatban élnek a technológiával, így vásárláskor alaposan szemügyre veszik a felhasznált anyagokat, a használhatóságot és a technológiai újításokat. A fiataloknak szóló márka terméke legyen sokoldalú, hogy változatos felhasználási körülményeknek is meg tudjon felelni.

És végül fontos az egyszerűség és az egyértelműség. A huszonévesek nem szeretik az agyonbonyolított, agyonmagyarázott termékeket. „Szeretem azt, ami a Nike. Az egyszerűségével. Nem túltupírozott dolog" – fogalmazta meg egy 24 éves női résztvevő.

Kapcsolódó webcím:
www.millwardbrown.com

Top 25

A Millward Brown összeállította a 25 legismertebb márka listáját 3 ismertségi kategóriában.

Az **első** szinten, a legismertebbek között a következőket találjuk: Coca-Cola, Nike, Nokia, Sony. Az ebbe a kategóriába tartozó márkákat az országok többségében megemlítették a fiatalok, ezek a márkák pontosan körülírható személyiséggel rendelkeznek.

A **második** szinten helyezkednek el a következők: Adidas, Puma, Heineken, Levi's, BMW.

Az itt szereplő márkákat az országok felében említették. Ezek éles, letisztult arculattal rendelkeznek.

Végül a **harmadik** csoportba sikerült bekerülniük a következőknek: ZARA, Reebok, Vodafone, H&M, McDonald's, Siemens, Bacardi, Bacardi Breezer, Absolut Vodka, Smirnoff, Smirnoff Ice, Volkswagen, Mercedes, Smart, Mini, Peugeot 206. Ezeket a márkákat több országban is említették, azonban arculatuk nem következetesen egyforma mindenütt.

A tömegmédia megújulása

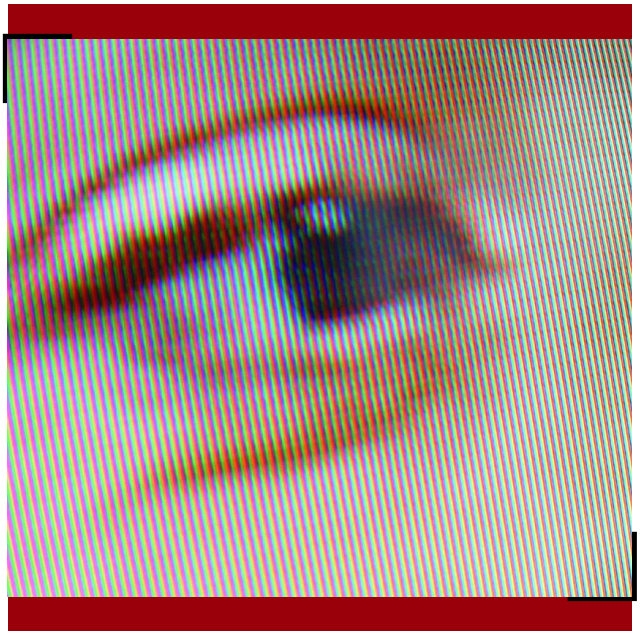
Digitális tévé kontra internet

Az információs társadalom alaptechnológiáját jószerivel mindenki az internettel azonosítja, és hajlamosak vagyunk megfeledkezni egy másik igen jelentős forrásról, a televíziózásról. A szórakoztatás, ismeretterjesztés műfajában az internet fejlődése kísértetiesen hasonlít a televízióéra. Az utóbbi fél évtizedes története alapján akár következtetni lehetne az előbbi sorsának alakulására is. Ez bizonyos részletekben helytálló lehet, ugyanakkor teljesen természetes, hogy a két médium egyszer csak hatni kezd egymásra. Az internet és a televízió viszonyában semmi rendkívüli nem történik, minden úgy alakul, mint az élet megannyi területén. A technológiák konvergálnak, magukba olvasztják egymás előnyeit – ami jól jön a fogyasztónak –, a technológiák működtetői, a szolgáltatók pedig versenyeznek – amiből szintén a fogyasztó profitálhat. E verseny a televízió digitalizálásával napjainkban kezd egyre élesebbé válni. Mostani cikkünkben elsőként a konvergenciában rejlő titkokat igyekszünk felfedni, ezúttal, lapunk profiljától kicsit eltérően, a nagyobbik testvér, a tévé oldaláról.

GALVÁCS LÁSZLÓ

Először diszkréten belopózott otthonunkba, majd idővel teljes értékű családtaggá vált a televízió. Alkalmazkodunk hozzá, figyelembe vesszük időbeosztását, adunk a véleményére. Elvárjuk, hogy kiszolgáljon, cserébe gondoskodunk róla, hogy mindig egészséges legyen, időnként új külsőt kapjon. Formáljuk, s formál bennünket. És persze informál, immár fél évszázada. Az otthon szórakoztató középpontjának azonban az utóbbi időben mintha vetélytársa akadt volna az internet „személyében".

A széles sávú technológiák utóbbi időben tapasztalható fejlődése és terjedése nyomán két párhuzamos folyamatnak lehetünk tanúi – állítja *László Géza,* az Antenna Hungária vezérigazgatója –, amelyek egymásból táplálkoznak, és egymást erősítik. Az informatikai eszköztár és a klasszikusan a számítógépen kommunikáló internet igyekszik magába olvasztani a televíziózás minden lehetőségét és előnyét, a hírszolgáltatástól a filmlejátszásig. Ezzel párhuzamosan a tévékészülékek – a mögöttük álló infrastruktúra digitalizálásával és interaktív technológiai megoldásokkal – egyre több olyan tájékozódási lehetőséget nyitnak meg, amely korábban alapvetően a számítógéphez kapcsolódott. Az információs technológiai forradalom most jutott el arra a pontra, amikor ötvözi a számítógépes, interaktív és intelligens felhasználást a televízión keresztüli, hagyományosan egyirányú szórakozással, és mindkét médiumot alkalmassá teszi a másik típusú fogyasztásra.



A szokás hatalma

Ez persze korántsem jelenti azt, hogy megszűnik a passzív tévénézés, hiszen az ember nem szeret, és nem is akar az élet minden pillanatában interaktív lenni. Sokszor nagyon jólesik egy jó filmet vagy más műsort csak egyszerűen nézni és hallgatni.

A tévékészülék, ez a kedves kis bútordarab viszont olykor mégis felforgatja az életünket, legalábbis a társadalomkutatók és médiaszakemberek gyakran erre intenek. László Géza szerint azonban sokan eltúlozzák a tévézés jelentőségét és radikális hatását, holott az emberek már 80 éve beültek a moziba, kezdetben némafilmet, később hangos, majd színes filmet nézve kaptak mind több információt a világról.

Az információs technológiai forradalomnak az volt a legnagyobb, legfontosabb hajtóereje – véli a műsorszóró cég vezetője –, amikor néhány szereplő felismerte, hogyan lehet tömegterméket csinálni olyan eszközökből és szolgáltatásokból, amelyeket korábban csak viszonylag szűkebb, célzott körben használtak. Az afféle újdonságokat, mint a rádió, a hordozható telefon vagy a számítógép, eleinte csak vállalati, hadiipari célokra használták, s ezek a technikák csak a tömegtermelés kialakulása után váltak elérhetővé a lakosság számára.

A televíziózásban ma igazi újdonságnak az elképesztő választék

számít, s az, hogy egy átlagos néző már napi négy órát tölt a képernyő előtt, vagyis az emberek életének szerves részévé vált a tévékészüléken keresztüli „fogyasztás". Ennek számtalan szociológiai és pszichológiai aspektusa is van, amiről e tudományágak jeles képviselői tudnának többet mondani. Ám a műszaki profilú cégnél dolgozó közgazdász érthetően inkább azt látja, hogy az információk jelentős része ezzel a technológiával jut el az emberekhez, s ez jócskán megváltoztatja az életünket. A digitalizálással megjelenő új megoldások pedig sokkal színvonalasabb, hatékonyabb életvitelre is lehetőséget teremtenek. Bár sokan igyekeznek felhívni a figyelmet a tévézés elbutító, káros hatásaira, azért a pozitívumokat is látni kell. Ezek között említhetők például az egészségügyi információk, amelyekhez korábban alig lehetett hozzájutni. Azzal, hogy a tévés ismeretterjesztő műsorokon keresztül (is) rengeteg szerűen csak jobb, vidámabb módon végződjön a cselekmény.

A televízión keresztül ennek rendkívül izgalmas változatára nyílik lehetősége a nézőnek. A folyamat világosan kirajzolódik előttünk. Amíg régebben csak hetekkel a vetélkedő után ismerhettük meg a levelezőlapos közönségszavazat eredményét, addig ma már a néző akár élő adásban kérdezhet telefonon, SMS-ben a program vendégétől, tehát kvázi alakítja a műsort, más esetben adás közben folyamatosan nyomon lehet követni a nézők szavazatai alapján a verseny állását.

Az elkövetkező években a digitális televíziózás – természetesen a képminőség javulása mellett – további lehetőségeket hozhat. A néző a mai „segédeszköz", a vezetékes és a mobiltelefon vagy az internet kikerülésével, a televíziós jelszolgáltatás újabb, másodlagos kihasználásával tud reagálni a műsorra, s eljön az idő,

információt kaphatunk a betegségek természetéről, a megelőzési módokról, sokkal „egészségesebb" helyzet alakul ki, az emberek tudatában, valamint az orvos és páciens viszonyában is.

Közönségszavazatok, kameraváltások

Az ötvenéves magyar televízió történetéből felidézhetjük, hogy már a régi Ki mit tud? és más vetélkedőműsorok után is szavazhatott a néző korabeli kedvencére. Ez a fajta interaktivitás, ez a beleszólási vágy örök emberi igény. Egyes írók is tettek már olyan kísérletet, hogy több befejezést írtak a regényhez, s így az olvasó dönthette el, hogy a számára valószínűbb, esetleg egy- amikor olyan készüléke lesz otthon, amellyel direkt módon és jóval sokrétűbben tud bekapcsolódni az adásba. A kisugárzott digitális jeltömeg ugyanis nemcsak egy állandó, lineárisan követhető műsorfolyamot tartalmaz, hanem rengeteg olyan kiegészítő, képes, szöveges, hangos információt is, amelyet a néző tetszése szerint lehívhat. Persze egy sportesemény alakulását vagy egy elkészült film jeleneteit nem változtathatja meg (hacsak a gyártó nem készít több változatot – ez is lehetséges), de valamely műsornak szinte a szerkesztője lehet, mert megválaszthatja, hogy adott időben mi jelenjen meg a képernyőn. A fotelban ülve jobban érvényesülhetnek egyéni fogyasztási attitűdjeink is. Például a Forma–1-es közvetítés alatt nyilvánvalóan vannak egyhangú részek, üresjáratok. Ilyenkor, ha arra szottyan kedvünk, behívhatunk olyan kiegészítő szöveges, képes információkat, amelyek az egyes csapatok vagy a versenyzők életéből villantanak fel momentumokat, esetleg

más kameraállásra válthatunk. Nemsokára nem lesz szokatlan az a családi kép, hogy a két szobában más-más készüléken ugyanazt a csatornát nézik, esetenként mégis mást látnak.

Az iskolatelevíziótól a távoktatásig

A digitális tévénél különösen helyénvaló az egyébként elcsépelt „szemléletváltás" kifejezés, hiszen éppen az a lényeg, hogy ne a televíziózás megszokott sémáiban gondolkodjunk, sem mi, nézők, sem pedig a szolgáltatók. Vegyük például az oktatást. Gyermekkorunk nosztalgikus iskolatelevíziójától is izgalmas tájakra vezethet a digitális út. Az Antenna Hungária az elmúlt három évben jelentős energiát fordított a távoktatásra. Az új terjesztési technológiák – és ebben a témában ez a cég fő profilja – a távoktatás számára nagyon komoly kihívást jelentenek. Korábban stratégiai szövetségben, ma pedig egyik unokavállalata révén azon munkálkodik az AH, hogy a régi, például könyvekben rögzített tananyagok interaktív, elektronikus formában is rendelkezésre álljanak. Ez persze csak a tananyagkészítés technikai része, ám hasznosításában nagyon jól együttműködhet az anyavállalat egyéb telekommunikációs szolgáltatásaival. A távoktatásnak ugyanis van egy ritkábban emlegetett, infrastrukturális összetevője is. És itt kapcsolódik össze például az e-learning a műsorszórással, a digitális televíziózásban rejlő lehetőségekkel.

A távoktatás új formái nagyon jól integrálhatók a televíziózás új módszereivel. A számítógépes technikákon keresztül a távoktatás olyan új eszközökkel bővül, amelyek jól hasznosíthatók a digitális televíziózás környezetében. A felhasználók egyszerre tudnak meríteni az interaktív tévés technikákból, illetve a korszerű számítógépes távoktatási rendszerek tudásából. Ezek ötvözésével nagyon praktikus és hatékony megoldások jöhetnek létre.

Műsordömping?

A digitális tévé legnagyobb újdonságaként azt szokták emlegetni, hogy új országos frekvenciák nyílnak meg, ráadásul egy hagyományos csatorna helyén 4-6 műsor továbbítható, vagyis összességében akár 30 új országos műsor indulhat el. Nagy kérdés,

A tévédigitalizálás programja

Európa szinte minden országában megkezdődtek már a kísérleti, illetve az üzemszerű DVB-T (Digital Video Broadcasting – Terrestrial) sugárzások. A legtöbb állam az évtized végére tervezi a teljes digitális átállást a földfelszíni műsorszórásban. Az ehhez szükséges, digitális földfelszíni műsorszórásra használható frekvenciákat a 2004-től 2006-ig Stockholmban megrendezendő nemzetközi konferencián osztják szét az egyes országok között. A legtöbb állam, így hazánk is 6 darab országos frekvenciakészletre tart igényt, amely mintegy 30 program országos sugárzását teszi lehetővé.

A Magyarországon analóg földfelszíni műsorszórásban jelenleg fogható három program három országos frekvenciát foglal el. A DVB-T rendszerben egy frekvencián a programok jellegétől függően 4-6 műsor sugározható. Az Antenna Hungária jelenleg három körzeti frekvencián (2 Budapesten, 1 Kab-hegyen) folytat kísérleti digitális földfelszíni műsorszórást. 2004 őszétől Budapesten és Kab-hegyen 5 program (M1, M2, Duna Tv, RTL Klub, Tv2) üzemszerű sugárzása kezdődik meg, és Budapesten még öt program elhelyezésére van lehetőség a másik kijelölt frekvencián. Ezt a beruházást az Antenna Hungária saját forrásainak felhasználása mellett az IHM és az ORTT támogatásával valósítja meg.

A földfelszíni digitális műsorszórás bevezetéséhez kormányzati döntésre van szükség. Ha ez 2004-ben megtörténik, az átállás az AH szerint a következő ütemezés szerint valósítható meg:

2004 – a digitális átállás ütemtervének meghatározása,

2005 – a jogszabályi, szabályozói háttér kialakítása, frekvenciaelosztási feltételek meghatározása, frekvenciák szétosztása,

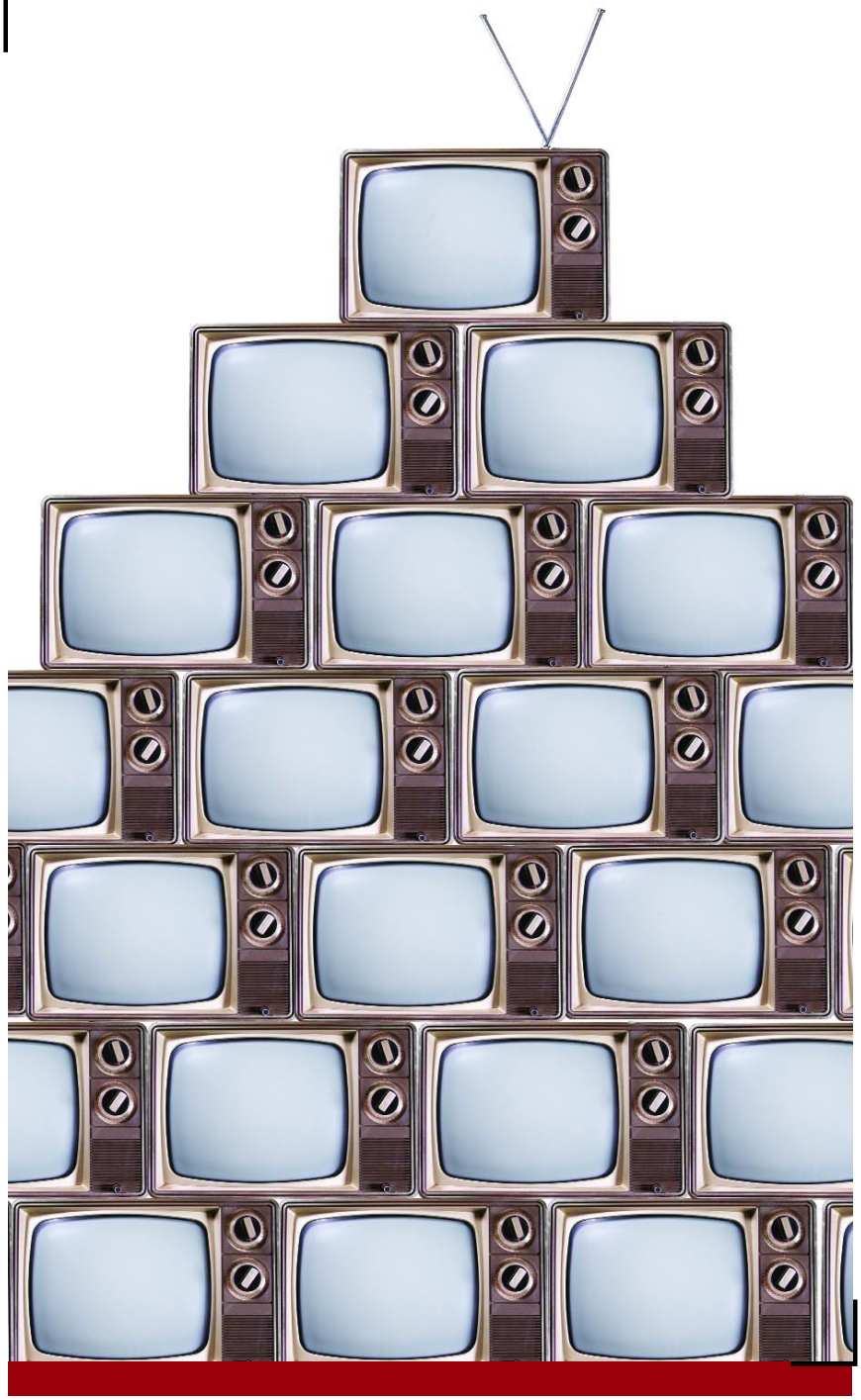
2006–2008 – az első 3 országos digitális földfelszíni műsorszóró hálózat kiépítése (20 milliárd forintos beruházási igény, az Antenna Hungária meglévő műszaki felszereltségét alapul véve), amely a lakosság 70-80%-át éri el 15 programmal,

2009–2012 – újabb 3 hálózat kiépítése, és 2012-ben az analóg lekapcsolása.

A lakosság számára a DVB-T adások vételéhez – meglévő tetőantenna mellett – csak egy jelátalakító (set-top box) szükséges, amelynek ára jelenleg a legegyszerűbb kivitelben 40 ezer forint. A teljes hálózat kialakítása után a lakosság 80-85%-a veheti a földfelszíni digitális műsorszórás 30 programját.

Az európai gyakorlatnak megfelelően a szolgáltatás indításakor csak a hagyományos televíziós adásokat sugározzák szabadon foghatóan, amelyek vétele a lakosság számára ingyenes. A digitális technológiából adódóan a bevezetéstől kezdődően mód nyílik néhány alapvető, emelt szintű szolgáltatás nyújtására is (szuperteletext, elektronikus programkalauz), és a bevezetés későbbi szakaszaiban kerülhetnek a rendszerbe fizetős, interaktív szolgáltatások (kódolt programok, internet, e-learning, e-government).

A digitális hálózat kialakítása még abban az esetben is legalább egy évtizedet vesz igénybe, ha a kormányzat aktívan részt vesz a folyamatban.



hogy vajon lesz-e ezeken tartalom, felkészültek-e erre a műsorszolgáltatók is. A terjesztési háttér megteremtésén fáradozó Antenna Hungária szakembere a tartalmi résszel kapcsolatban úgy látja, hogy a műsorkészítőket egyelőre nagyon leterheli a jelenlegi analóg szolgáltatás, az abban való sikeres üzleti szereplés. De meg van győződve arról, hogy amint az új platform megjelenik, ők is nyitottá válnak az új formák tartalommal való megtöltésére.

Magyarországon a kilencvenes évek második felében volt a mélyponton a hazai műsorkészítés, nem egy új kezdeményezés bukott el akkoriban. Biztató viszont, hogy az elmúlt 1-3 évben komoly előrelépés történt, több új magyar nyelvű, tematikus csatorna jelent meg, amely már nem akar mindenkit maga elé ültetni, csupán egy szűkebb kör speciális igényeinek kielégítésére vállalkozik: például a sport, a humor, a zene, a hírszolgáltatás, a színvonalas ismeretterjesztés, az ifjúsági és gyermekműsorok iránti igényt elégíti ki. Láthatóan még a közszolgálati csatornák is abba az irányba mozdultak el, hogy próbálják jobban meghatározni, újabb tematikus szolgáltatásokkal azonosítani önmagukat.

Készülékcsere?

A technika és a tartalom egy célt szolgál: a nézők igényeinek kielégítését. Bár valóban káprázatos a műsorok és szolgáltatások lehetséges volumene, de vajon vonzó lesz-e a nézők számára is? Mi motiválhatja az embereket, hogy megszokott tévékészüléküket digitálisra cseréljék? Ez a folyamat László Géza szerint máris elkezdődött, hiszen egyre több olyan új berendezés talál gazdára, amely alkalmas lesz a majdani digitális adások vételére. A más területeken tapasztalható motiváció nyilván itt is működni fog: lesz, aki sznobizmusból, más esetleg presztízsokokból vesz digitális tévét, vannak, akik minden újra fogékonyak, és biztosan lesznek olyanok is, akik esetleg kicsit később ismerik fel az előnyeit.

De ahogy napjainkban kiemelt cél a számítógépek elterjesztése, úgy néhány év múlva – az információs társadalom iránti elkötelezettsége okán – az új lehetőségeket hordozó digitális tévékészülékek elfogadtatásánál is szükség lehet állami segítségre.

Talán ahhoz a generációváltáshoz lehet hasonlítani a folyamatot, amikor az emberek színesre cserélték fekete-fehér készülékeiket, csak ez a mostani tartalmilag sokkal több újdonságot hoz. A vezérigazgató azt is megkockáztatja, hogy ezt a váltást anyagilag sokkal könnyebben lehet majd megvalósítani. A mobiltelefonok elterjedésének mintájára a piaci verseny is árcsökkentő hatású lesz, s talán az állami ösztönzés is segíthet abban, hogy senkit ne érjen hátrány, amikor – az uniós elvekkel összhangban – 2012 körül nálunk is végleg átveszi az analóg televízió helyét a digitális.

Amikor egy csavar meglazul

Gyanútlanul éljük mindennapjainkat: szeretünk, gyűlölünk, ásítozunk unalmas órákon vagy a munkahelyen, rohanunk a dolgaink után, azután este fáradtan hazaérünk, beszélgetünk, tévézgetünk, olvasgatunk, majd aludni térünk. Mit sem tudunk arról, hogy mindez egy kulisszákkal és statisztákkal zajló színjáték, amelyben ha felfeslenek a festett díszletek, ha rádöbbenünk, hogy bábok vagyunk, akik csak hiszik, hogy élnek, hirtelen szembesülünk azzal, milyen törékeny dolog is az, amit életnek nevezünk.

SZENDI GÁBOR

A rémisztő ébredés

Az asszony reggel felébredt, és egyből megérezte, hogy valami nincs rendben. Az ágy *olyan,* amilyen szokott lenni, de mégis. A mellette fekvő férfire pillantott. Olyan, mint a férje, de most így, a világosban... Rémület hasított a szívébe. A férfi olyan volt, mint a férje, de nem a férje volt. Csak feküdt dermedten, majd lassan kiaraszolt az ágyból, szeme sarkából a férfit figyelve. Az megmozdult, felébredt, az asszony után nyúlt. A nő rémülten rántotta el a kezét. A férfi csodálkozó arcot vágott: „Mi van, rosszat álmodtál?" Bár a hangja ismerősen csengett, az asszony most bizonyosan tudta, hogy ez nem a férje. De azt is tudta, hogy nem árulhatja el magát, mert akkor talán a férfi még meg is öli. Két gyerek szaladt be hirtelen a szobába, s az asszony dermedten tűrte, hogy a két idegen gyerek a nyakába ugorjon, csókolgassa, és anyunak szólítsa. Úgy érezte, ez az egész egy rémálom. Tudta, hogy van két gyermeke, azt is tudta, hogy olyanok voltak, mint ez a két gyerek itt, de ezek nem az ő gyerekei. Az asszony teljesen pánikba esett, érezte, hogy valami szörnyű cselszövés áldozata, és nem árulhatja el magát, mert különben vége. „Gondolkodnom kell!" – ismételgette magában, és fakó hangon azt mondta, hogy reggelit készít. Kiment a konyhába, megfogta a tárgyakat: minden olyan volt, mint még tegnap is az ő konyhájában, de valahogy minden hamis. Hallgatta a gyerekek és a férfi reggeli készülődését, s meg kellett állapítania, hogy a színjáték tökéletes. „Ezek ismerik minden szokásunkat" – suttogta magában. „De hová tették a férjemet és a gyerekeimet?" Nehéz szavakba önteni a rettegést, amit az asszony átélt, amíg végigjátszotta a férjét és gyermekeit búcsúztató anya szerepét. Azután elmentek. És ő ott maradt egy lakásban, amely olyan, mint az övé, de mégsem az. Minden tökéletes másolat. Úgy döntött, elrohan a rendőrségre, és öltözködni kezdett. Már nem is érdekelte, hogy most egy másik nő ruháit veszi fel, a lényeg, hogy pont jók rá. „Csak minél előbb el innen" – gondolta magában. A tükör elé lépett, hogy egy utolsó pillantást vessen magára. Ereiben megfagyott a vér: ő sem ő volt, csak egy kicserélt test.

Amikor a világ másolattá válik: Capgras-szindróma

A történet kitalált, és mégis igaz. A jelenség első leírója *Jean Marie Joseph Capgras* francia pszichiáter, aki 1923-ban és 1924-ben publikálta két legkorábbi esetét (1.). Az első egy 53 éves nő volt, aki szilárdan hitte, hogy férjét kicserélték, ő valahol máshol van, s helyét egy szélhámos vette át, aki kinézetre ugyanolyan, mint a férje. Lányából pedig több száz másolat készült, állította. A második egy 30 éves nő volt, aki úgy vélte, hogy szerelme elhagyta őt, és több másolat helyettesíti.

John R. Skoyles leír egy esetet, amelyben egy férfi balesete után abban a hitben élt tovább, hogy két felesége és tíz gyereke van. Mikor arra kérték, magyarázza ezt el, elmondta, hogy volt egy házassága, amelyből öt gyereke született. Azután a kórházból hazafelé menet megismerkedett egy nővel, aki hajszálra olyan, mint a felesége, s hazamentek egy ugyanolyan házba, mint amilyen az övé volt régen, ahol további öt gyerek várta, akik olyanok, mint a másik öt. Ezért neki két felesége és tíz gyereke van (2.). A férfi később rájött, hogy ő sem önmaga.

Alan Davies walesi polgár 1995-ben feleségével autózgatott, amikor kisebb baleset érte őket. Azt követően kínzó emlékképek törtek rá, amelyekben látta feleségét, Christine-t meghalni. Ettől kezdve azt hitte, hogy a nő, akivel él, a felesége másolata, aki csak eljátssza a szerepét (3.), s megtagadta a vele való házaséletet, bár végül nem váltak el.

Egy Utah állambéli férfi egyszer csak rájött, hogy barátnője helyett egy őt helyettesítő, emberi formájú teremtménnyel él együtt, és ezért lelőtte. Még talán fel is mentették volna, de a barátnője anyját és bátyját is megpróbálta megölni, róluk viszont nem gondolta, hogy nem azonosak önmagukkal (4.).

Richard Noll Az elme különös betegségei című könyvében leír egy protestáns lelkipásztort, akit a felettesei juttattak be a klinikára, mert bozótvágó késsel a párnája alatt aludt. Kiderült, hogy a feleségét hamisítványnak tartja. Amikor az asszony megláto-

gatta a kórházban, a férfi haragosan rátámadt: „Ki maga? Hol a feleségem? Azt mondták, a feleségem fog meglátogatni!" Amikor dr. Noll megerősítette, hogy ez a nő a felesége, a lelkipásztor kijelentette, hogy ez a nő nem a felesége. Majd hirtelen, mint akinek megvilágosodása támadt, azt kiáltotta: „Már tudom, ki maga: maga az, aki mérgezi az ételemet!" Azzal nekiesett szegény feleségének, és ütlegelni kezdte.

Egy kis görög faluban egy asszony azzal kezdte vádolni a férjét, hogy idegen nőkkel csalja őt. Megszokott vád, talán még alapja is volt, így senki nem gyanakodott. Az asszonynak ekkor váratlanul meghalt az anyja, s ő ettől kezdve csak a gyermekeivel és az állataival beszélt, amit a mély fájdalomnak tudtak be. Aztán bizonyos idő múlva beszélni kezdett a férjével és az apjával. Az embereket remény töltötte el, hogy az asszony felépül a gyászból, de tévedtek. A nő gyászruhát öltött, megjelent a rendőrségen, és feljelentést tett, hogy halott férje helyét elfoglalta egy szélhámos. Otthon nem volt hajlandó együtt aludni a másolattal, és a rendőrséget állandóan feljelentésekkel bombázta, hogy a másolat idegen férfiakat hoz a házba, hogy őt megerőszakolják. Amikor a férje elvitte a kórházba, s megkérdezték, hogy ki ez a férfi, a nő azt mondta, nem tudja, és jól képen törölte zaklatóját.

Egy másik görögországi esetben az anya azt állította, hogy a faluból Athénba utazó lányait a szomszédok megölték, máskor meg azt, hogy a lányai prostituáltak lettek. Mikor a család elutazott vele Athénba, és megpróbálta szembesíteni a lányaival, csak rontott a helyzeten. Az anya alaposan megvizsgálta állítólagos idősebb lányát, cipő nélkül járatta maga előtt, mindenféle keresztkérdéseket tett fel, majd diadalmasan kijelentette, hogy a lány csak másolat, parókát vett fel, hogy megtévessze őt. Kórházba azután került, hogy megtagadta az elé tett étel elfogyasztását, mert attól félt, hogy az őt körülvevő másolatok megmérgezik. A kórházban nem fogadta a másolatok látogatását, és nem volt hajlandó válaszolni a hamisított levelekre sem.

Elveszett ismerősség

Vajon honnan a számos bizarr magyarázat és a szenvedélyes ragaszkodás ahhoz, hogy a dolgokat, embereket kicserélték?

A Capgras-szindrómások természetesen ugyanúgy látnak, mint azelőtt, de vagy agysérülés, vagy kibontakozó elmebaj következtében hirtelen elveszítik azt a képességüket, hogy a látottakkal összekapcsolják az ismerősség élményét (5.). Továbbra is felismerik, hogy férjük, feleségük vagy tágabb környezetük személyei, tárgyai olyanok, mint az eredetiek voltak, de mivel hiányzik a ráismerés érzése, arra a következtetésre jutnak, hogy ezek csak másolatok lehetnek. Gyakori, hogy a betegek saját magukat sem ismerik fel. Egy asszony például a tükörképét idegen nőszemélynek vélve támadást intézett ellene (6.).

Kicsiben persze mindenki átélte már ezt a jelenséget. Sokszor érezzük úgy, mintha nem is önmagunk volnánk, vagy amikor csalódunk valakiben, még ugyanazt az arcot látjuk, de különös idegenségérzés jelenik meg irányában, mintha a tegnap még szeretett lény már nem is ugyanaz volna. Olykor álmainkban is kísérthet ez az idegenségérzés, és ugyanolyan természetesnek vesszük, hogy a jól ismert arcot – akár a magunkét – látjuk, de az mégsem az.

A hölgy, aki ragaszkodik hozzá, hogy halott

Charles Bonnett 1788-ban különös esetet írt le (7.):

Egy idős hölgy agyvérzést kapott, s átmenetileg a beszédkészségét is elveszítette. Amikor látszólag felépült betegségéből, s visszanyerte beszédkészségét, követelte, hogy öltöztessék halotti ruhába, és ravatalozzák fel, mivel ő halott. Amikor rokonai

és szolgái vitatkozni kezdtek vele, hogy hogyan volna halott, amikor nagyon is él, a hölgy egyre ingerültebb lett, majd zokogni kezdett, hogy megtagadják tőle a végtisztességet. Végül mit volt mit tenni, beszerezték a halotti ruhát, a szemfedőt, és a hölgy buzgó segítségével elkészítették a ravatalt a nyitott koporsóval. Akkor a nő szépen bemászott a koporsóba, és felvette a halottak testtartását. Így feküdt egész nap, majd este kimászott, megvacsorázott, és lefeküdt hálóruhában az ágyába. De reggel megint beöltözött a halotti lepelbe, mintha az valami munkaruha volna, s ismét elhelyezkedett a koporsóban. Ez így ment hónapokig, mígnem aztán lassan kezdte elhinni, hogy ő mégiscsak él. Igaz, ekkor egy másik, kevésbé zavaró téves eszméje támadt: hogy ő valójában két példányban létezik, s egyikük egy másik városban él.

Amikor a test meghal, és csak a lélek él tovább: Cotard-szindróma

Jules Cotard francia pszichiáter 1880-ban írta le a később róla elnevezett „nem létezés téves eszméje” jelenséget.

Mint írta eseteiről: „Úgy érzik, hogy hiányzik az agyuk, a gyomruk, a szívük, a testük vagy a lelkük. El vannak átkozva, a szerveik nem léteznek, a testük nem más, mint egy gépezet. A téveszme magában foglalhat vallásos, metafizikai és absztrakt elképzeléseket az üldözöttségről is. A halhatatlanság téves eszméje szintén nem ritka. A halhatatlanság gondolatával pedig együtt járhat az az érzés, hogy a test betölti a teret, a beteg méretei hihetetlenül nagyok, megérintheti a csillagokat, úgy érzi, hogy hatalmas démonok felett rendelkezhet, a feje annyira kitágul, hogy betölti az egész templomot. A test elveszíti határait, a végtelenségig kiterjed, és szétszóródik az univerzumban” (7.).

Egy beteg úgy érezte, hogy a teste üvegből van, elveszítette a nemét, és a világ teljesen megváltozott (8.).

Száz Cotard-szindrómás esetét elemezve 86%-ban találták azt, hogy a beteg úgy véli, teste, illetve annak valamely része halott, vagy nem létezik (7.). Visszatérő képzetük, hogy a testük csupán halott váz, kőből vagy levegőből van, rothad, vagy azt kicserélték egy holttestre. Sokan érzik, ahogy férgek rágják a testüket, és mászkálnak bennük, máskor pedig azt, hogy testüknek nincsenek határai, áthatolható, vagy határtalanul képes kiterjedni. Sok beteg nem hajlandó enni, üríteni, hiszen egy halott nem táplálkozik, nincs emésztése. Olykor nem beszélnek, vagy síri hangon szólalnak meg. Ragaszkodnak hozzá, hogy nem éreznek semmit. Egyszer egy pszichiáter a következő kérdéssel próbálta meggyőz-

ni Cotard-szindrómás betegét arról, hogy él: „Maga szerint a halottak éreznek fájdalmat?" „A halottak nem érezhetnek fájdalmat" – felelte a beteg. „Mivel maga halott, maga sem érezhet" – folytatta a naiv pszichiáter. „Így van" – helyeselt a páciens. Akkor a pszichiáter egy nagy tűt döfött a beteg lábába, mire az feljajdult. „Nos, ehhez mit szól, lehet maga halott?" – kérdezte diadalittasan a pszichiáter. „Doktor úr, köszönöm! Megtanított arra, hogy a halottak is érezhetnek" – rebegte hálásan a beteg. Az orvos dühös volt, pedig ő is hálás lehetett volna betegének, aki megtanította neki, hogy a téves eszmék tapasztalati úton nem cáfolhatók meg. Hasonló kísértéseknek természetesen más orvosok is áldozatul esnek, próbálják bizonygatni, hogy a dobogó szív, a légvétel, miegyéb, amit a beteg maga is tapasztal, ellentmond a halálnak. Ezt a páciensek könnyedén visszapasszolják azzal, hogy mivel ők valóban tapasztalják ezeket a testi érzéseket, viszont halottak, e jelenségek nem cáfolják a halált.

A Cotard-szindrómások amúgy nem közvetlenül attól szenvednek, hogy halottak, meglepő módon ettől egyáltalán nincsenek kétségbeesve. Viszont zavarja őket környezetük értetlensége vagy a haláluk következményei. Egy asszonyt például állandóan zaklatta az a gondolat, hogy táppénzcsaló, hiszen rendszeresen utalták a kórházba a táppénzét, miközben ő valójában halott volt.

Hasonló nehézségek miatt Cotard-szindrómások gyakran kísérelnek meg öngyilkosságot, hogy felszámolják ezt a kínos átmeneti helyzetet: bár ők halottak, a környezetük ezt nem hajlandó tudomásul venni, illetve halott létükre még gondolkodnak. Persze maga az öngyilkosság is abszurd – a téves eszmék nem logikusak –, hiszen kétszer nem lehet meghalni.

A betegek sokszor azért követnek el önmaguk ellen agresszív cselekedeteket, mert bizonyítani akarják, hogy halottak. Egy férfi például azért vágta fel az ereit, hogy megmutassa, nincs vére.

Olykor a beteg a környezetét is halottnak véli, és bizarr elméleteket gyárt, hogy mégis hogyan mozoghatnak, beszélhetnek a halott emberek. Egy asszony halottnak vélte a fiait, bár azok szorgalmasan látogatták őt a kórházban. A Cotard-szindróma életfelfogását híven tükrözik a Vágtázó Halottkémek zenekar nyilatkozatai is, miszerint az élet már csupán egy dotált dolog a Földön, és ez csak látszatélet. Hasonlóan érzett egy Cotard-szindrómás fiú is, aki mindenkit halottnak vélt, és a nagy nyüzsgést a világban úgy magyarázta, hogy ezek a halottak csak a látszatok fenntartásáért csinálják tovább az életet, vagy talán visszajöttek a hálból. Ismételten kérdezgette orvosától, hogy már tapasztalta-e, milyen halottnak lenni.

Az említett vizsgálatban a száz beteg 55%-a halhatatlannak is vélte magát, ami megint csak abszurdum: hogyan lehet egyszerre halottnak és halhatatlannak lenni? *Helen Chiu* professzor egy hongkongi kórház két idős Cotard-szindrómásának esetét ismertetve megjegyzi, hogy a taoista hagyományok kedveznek a Cotard-szindróma e sajátos paradoxonának, amit jól ad vissza Lao-ce mondása: „Miért létezik a menny és a föld örökké? Ők sosem születtek, ezért örökké léteznek." Persze Európának is megvannak a paradoxonjai. Egy görög mondás szerint „a halhatatlanok élik a halandók életét, akik halják a halhatatlanok halálát". Aki ezt érti, az jelentkezhet Cotard-ápolónak.

Cotard-szindrómásnak lenni olykor ahhoz hasonlatos, mint egy olyan világban élni, amelyben bármi megtörténhet. Egy nő például úgy érezte, hogy felelős a világban történt balesetekért, és mély bűntudatot érzett, hogy bár meg tudná akadályozni mások halálát, mégsem teszi. Állította, hogy ő csinálja az időjárást is. Egy férfit motorbaleset ért, majd testileg felépülve anyja elvitte őt Afrikába nyaralni. Ott a férfiban kialakult az a meggyőződés, hogy már régen meghalt AIDS-ben vagy vérmérgezésben, és most a pokolban jár, anyja lelkét kölcsönkapva.

Hová lesz az élet érzése?

A Cotard-szindróma gyakran jár együtt pszichotikus depresszióval, általában kezelése is a depresszió esetében alkalmazott gyógyszerekkel vagy elektrosokkal történik.

Lelki értelemben a Cotard-szindrómás téves eszméi, miszerint teste halott vagy nem létező, valójában magyarázó kísérlet különös testi élményeire. E bizarr testi élményeknek azonban neurológiai alapjuk van.

A Cotard-szindrómások gyakran nem ismerik fel az ismerős arcokat vagy helyeket, tehát itt is az ismerősség érzése vész el, mint a Capgras-szindróma estében. Egy elmélet szerint a két kórképben ugyanaz a neurológiai zavar áll fenn, vagyis az érzések és emlékek összekapcsolása a tapasztalással, csak a Capgras-szindrómánál ez a külvilági ingerekkel kapcsolatos, míg a Cotard-szindrómánál a testből származó ingerek válnak idegenné (9.). Ezért a funkcióért többek között a jobb fali lebeny a felelős, ennek sérülése gyakran okozza a két betegség valamelyikét.

Kevés leírás található arról, hogy mi játszódik le a betegekben a gyógyulás után. Az orvosokat az eset és a kezelés módszere, esetleg a zavar mechanizmusa érdekli, s nem a beteg utóélete. Egy nő a Cotard-szindrómából felépülve később becsapva érezte magát, mintha valakik elhitették volna vele, hogy halott. Hinni kezdett a lélekvándorlásban.

Kapcsolódó webcímek:

1. *www.psychnet-uk.com/dsm_iv/capgras_syndrome.htm*
2. *www.users.globalnet.co.uk/~skoyles/od10.htm*
3. *news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/916005.stm*
4. *echo.forensicpanel.com/2000/9/17/unusualinsanity.html*
5. *www.psychnet-uk.com/dsm_iv/capgras_syndrome.htm*
6. *www.post-gazette.com/pg/03266/224822.stm*
7. *groups.msn.com/theautismhomepage/cotardsyndrome.msnw?pgmarket=en-us*
8. *www.antroposmoderno.com/textos/sindrome.shtml*
9. *rosella.bhs.mq.edu.au/~max/tompath/gerrans.html*

Behálózva:

Polgár Zsuzsa sakknagymester, többszörös világ- és olimpiai bajnok

„Amikor tíz évvel ezelőtt az Egyesült Államokba költöztem, odahaza a számítógépek még éppen elterjedőben voltak. Itt azonban semmi különöset nem jelentettek ezek az eszközök, rengeteg családban volt komputer, és akkoriban már milliók használták az internetet is. Ez lehet az egyik oka, hogy számomra nem tűnt robbanásszerűnek az informatika térhódítása. Másrészt a technológia vívmányai már nagyon korán megjelentek a sakkozásban, ezért én is korán megismerkedtem a számítógépek használatával. Először 1980-ban játszottam sakkozógép ellen, ami akkoriban nem volt valami nagy kihívás, inkább csak érdekességnek számított, hogy egyáltalán van ilyen. Aztán fordulni kezdett a kocka: ahogy nőtt a hardverek teljesítménye, a gépek logikája úgy közelített egyre inkább az emberi gondolkodáshoz. Az ember intuíciós képességét ugyan nem utánozza az elektronika, de úgy látszik, erre nincs is szükség ahhoz, hogy jobb legyen. Ez a játszma tulajdonképpen már eldőlt. Mégsem mondanám, hogy vesztettünk: hiszen a játék élvezetén mit sem ront mindez. Sőt a sakkozó ember nagyon sok mindent nyert ezen a partin, mert a számítógépek segítséget jelentenek.”

KARGINOV ALLEN – SZALAY DÁNIEL

– Az emberrel sakkozni tudó gép gondolata régóta foglalkoztatja az emberiséget. A mesterséges intelligencia kutatásában már a kezdet kezdetén felmerült a kérdés: a digitális adatfeldolgozó egységek képesek-e legyőzni az emberi gondolkodást? Ma már egészen biztosak lehetünk benne, hogy ezt a játszmát elvesztették a sakkozók?

– Akkoriban, amikor először ültem sakkautomatákhoz, a 80-as évek legelején, azok olyannyira kezdetlegesek voltak, hogy leginkább csak érdekességszámba mentek. Bárki megverhette őket, aki tisztában volt az alapvető szabályokkal. Még évekkel később sem volt nehéz rájönni, hogy milyen stratégiát követ a program. De aztán az egyre gyorsabbá váló, nagy kapacitású rendszerek intelligenciája rohamos fejlődésnek indult. Ezekkel már pusztán elveket követve nem lehetett felvenni a versenyt, hiszen hatalmas számú betáplált játszma adataiból következtették ki a legjobb megoldást. Napjainkra pedig a technológia elérte azt a szintet, hogy már majdnem lehetetlen megverni a PC-ket, illetve a sakkgépeket. Egyszer-egyszer előfordul, de többjátszmás partiknál a végeredményt illetően ennek nincs igazi jelentősége.

– Lehet, hogy senki sem lesz, aki – ha csak alkalomszerűen is, de – le tudja győzni a sakkozó számítógépet?

– Mivel a gépek képessé váltak arra, hogy az adott állásból következő lépésvariációkat teljes körűen kiértékeljék, tehát a betáplált adatok helyett a következő 15-20 lépést elemezzék, matematikailag törvényszerű, hogy a sakkozó ember utolsó esélyei nem tartanak már sokáig. Szerintem egy évtized sem telik el, és a játékosok sok gyakorlással megszerzett intuíciós képességei semmit sem érnek a gépek ellen. Tökéletes „brute force” játékosokká fognak válni. Azt a stílust szokták nyers erőnek nevezni, amikor valaki nem annyira a begyakorolt, kielemzett korábbi tapasztalatokat szűkíti le néhányra, amely fejben jól követhető, hanem előre gondolkodik, megállás nélkül számításokat folytat. Ha elég jól forog az agya, akkor, ahogy a bábuk fogynak a táblán, ő egyre magabiztosabban jár sok lépéssel az ellenfele előtt, aki talán észre sem veszi, hogy csőbe húzták. A gépek ebben az értelemben egyre jobban hasonlítanak egy megfontolt, hidegvérű, profi harcoshoz, aki maximális eleganciával győzi le ellenfelét.

– Még mindig gyorsan fejlődnek a sakkgépek, vagy egy ideje, mondjuk amióta 1997-ben* Kaszparov *szabályos mérkőzésen kikapott a Deep Blue-tól, csökkenni látszik a lendület, amellyel ezeket a komputereket korábban fejlesztették?

– A Deep Blue nagyon jól játszott, de mint később kiderült, nem volt verhetetlen. Másrészt egy egész termet elfoglalt, mint azt magam is megcsodálhattam, amikor tavaly felkértek, hogy tartsak előadást azon a rendezvényen, ahol az IBM bejelentette a Deep Blue program befejezését. Két ilyen gépet építettek, ezek most múzeumokban vannak kiállítva.

tehát ha ma valaki komolyan veszi ezt a dolgot, olcsón olyan lehetőségekhez férhet hozzá, amelyekről korábban álmodni sem lehetett.

– Nem nehezíti a játékot a képernyő és az egér közbeiktatása? Sakkbajnokságokon gyakran látni, hogy a versenyzők felállnak, körüljárják a táblát, igaz, máskor fejben játszanak, akár több ellenféllel egyszerre.

– Az eltelt évek tapasztalatai két dologra engednek következtetni. Egyrészt úgy tűnik, hogy a sakk egyre több embernek jelent gondolkodtató kikapcsolódást, vagy legalábbis ők ma a háló révén jobban láthatók, mint korábban. Az interneten ma már házhoz jön a játszma izgalma, nem kell külön programot szervezni egy jó partihoz. Régebben sok jó játékos, ha fejlődni akart, olykor csak

– Ha már arra járt, játszott is egy partit a legendás sikerei ellenére gyorsan nyugdíjba kényszerülő masinával?

– Egyetlen, amolyan baráti mérkőzésre került sor. Zárt ajtók mögött zajlott, ami alatt azt kell érteni, hogy nem egy előkészített és utólag jegyzett, értékelt találkozó volt. Nem is készültem rá. Végül döntetlennel zártuk a partit.

– Akik ma szenvedélyesen sakkoznak, miben kaphatnak segítséget a gépektől?

– Minden teljesen megváltozott. Tökéletesen sakkozó programokat lehet kapni akár az asztali PC-kre is, amelyek rengeteg korábbi játszmát, legendás helyzetet ismernek, és sokféleképpen segítik az embereket az egyes állások megértésében. No és persze nem fáradnak el,

– Előfordulhat, hogy egy-egy állást nehezebb a monitoron áttekinteni. Az egér viszont jó eszköz, mert a sebesség is nagyon fontos a sakkmérkőzéseken. Bár fejben játszani egy idő után már nem nagy ördöngösség, arra sosem volt szükség, hogy a lépés paramétereit betűk és számok megadásával közöljük a sakkgéppel vagy a hálózat másik pontján játszó társunkkal.

– Ön a versenyzés mellett ma már sakkoktatással is foglalkozik, a nevét viselő iskolát igazgatja* (www.polgarchess.com). *A versenyeken való részvétel mellett gyakran tart bemutatókat, előadásokat az Egyesült Államokban és a világ számos pontján. Milyennek látja az emberek viszonyát a sakkozáshoz az internet korában?

komolyabb utazások árán tudott kihívást jelentő partnert találni. Ha egyáltalán vette a fáradságot, hogy keressen magának. Az amatőr sakkmozgalom virágzik, mindenhol ezt látom, és fontosnak tartom, hogy ma már a nőknek, illetve a hátrányos helyzetű embereknek is több lehetőségük van a kitörésre, aminek elősegítésére létrehoztam egy alapítványt. Másrészt nagyon sok kiemelkedően játszó tizenéves fiatallal találkozom, sőt egyre ifjabbakkal, akik egyre nagyobb és nagyobb teljesítményre képesek. Nem véletlenül, hiszen egy kattintásnyira élnek egy olyan virtuális sakktáblától, amely kimeríthetetlen lehetőséget biztosít a fejlődésre. És amiről még nem beszéltünk: több mint hárommillió digitálisan feldolgozott,

nagyon fontos sakkjátszmához férhetnek hozzá. Ezek közül sokhoz az interneten, a többihez pedig egy professzionális trénerprogram segítségével. Ennek sem magas az ára, és hát mennyire más volt az, ahogy még a mi generációnk is könyvek és sakktábla segítségével csinálta ugyanezt...

– Manapság gyakorlatilag bárki, aki hozzáfér a hálóhoz, virtuális sakktáblák szoros szomszédságában él. Könnyebb-e a gyakorlás az otthoni számítógépeknek köszönhetően?

– A sakktudást két irányból lehet fejleszteni. A gyors álláselemzés feltétele a variációk ismerete, a lépéssorok megértése, a stratégiák világos átlátása, a hibák felismerése. Mi ezt annak idején könyvek segítségével gyakoroltuk. Ma – és én itt látom a sakkozó számítógépekben kifejlesztett intelligencia eredményét – ebben a számítógép komoly segítséget nyújt.

– A gép akár trénerjelleggel, módszeresen vezetheti a tanulót, vagy azért így is kell valaki, aki személyre szabottan alakítja a feladatokat, tanácsokkal segíti a felkészülést?

– Ma nagyon népszerű az interneten a sakkoktatás, és ez szerintem érthető. Én még nem vállaltam ilyet, csak bemutatókat szoktam tartani otthonról, vagy különböző website-okon nyitott mérkőzéseken veszek részt, azaz ott és akkor bárki kihívhat egy játékra. A professzionális sakkoktató programok mai szolgáltatásai mellett szerintem akár edző nélkül is komolyan lehet készülni. A szakemberek véleménye megoszlik, sokan kiemelten fontosnak tartják a személyes edző segítségét, sőt még fizikai jelenlétének is nélkülözhetetlen szerepet tulajdonítanak a tanuló biztos és hatékony előrehaladásában.

– Tehát lehet, hogy nemsokára ismeretlen emberek tűnnek majd fel rendkívüli sakktudással?

– Ugyan egy kissé számomra is idegen az elképzelés, de nagyon valószínűnek tartom, hogy lesz rá példa. Szerintem egy igazán jó játékos nem maradhat észrevétlen, bizonyos színvonal fölött nagyon kicsi az esélye, hogy láthatatlan maradjon. Igazi presztízsértékük egyelőre még mindig a személyes megmérettetéseknek van, de nagyon sok versenyt rendeznek már az interneten is, amatőröknek, világbajnokoknak egyaránt.

– Vajon ugyanannyit ér-e az a sakkeredmény, amely a hálón, internetes bajnokságok alkalmával születik? Azt is hallani, hogy a hagyományos, szemtől szemben vívott játszmák sajátos körülményei is jelentősen megnehezítik a győzelmet, ráadásul a távolból zajló játszmák esetében teljességgel nem zárható ki a csalás lehetősége sem.

– A személyesség és a versenyhelyzet valóban sajátos, feszült helyzetet teremt, amely a mérkőzésekhez hozzászokott sakkozóknál nagyobb nyomást jelenthet, mint önmagában a megmérettetés ténye. Az internetes versenyeken ma még a csalás lehetőségét nem lehet teljesen kizárni, bár a legegyszerűbb esetet, amikor a versenyző valamilyen gép megoldásaival játszik, a partikat lebonyolító programok felismerik.

– Édesapja, Polgár László meglehetősen szigorúan fejlesztette az Ön és testvérei képességeit. Ebben a stratégiában a sakk mellett a matematika megértésére, készségszintű elsajátítására helyeződött a hangsúly. Amikor megjelentek a számítógépek, az informatika nem lett a „zsenitréning" része?

– Valószínűleg azért nem, mert amikor ez megtörténhetett volna, már a kisebbik húgom, *Judit* is belemerült a sakkozásba. Akkor már senkiben nem merült fel, hogy mélyebben foglalkozzunk az informatikával.

– Két kisgyermekével mennyiben folytatja a Polgár család hagyományait?

– Leginkább abban, hogy mindkét gyermekem sakkozik. Szerintem az internet korában nagyon fontos odafigyelni arra, hogy időben értelmes elfoglaltságuk legyen a gyerekeknek. Semmi esetre sem jó, ha céltalanul ragadnak le a számítógép, az internet előtt, s akár évekig szinte fel sem állnak mellőle. Ez ma ésszerű, de határozott nevelést kíván meg a szülőktől. Segíteni kell a kicsiket abban, hogy időben találjanak valamit a világ sokféleségében, amit szívesen művelnek. Én annak idején, egészen pici koromban teljesen véletlenül ráleltem valahol egy sakkfigurára, amellyel állítólag annyira összebarátkoztam, hogy egy percre sem voltam hajlandó megválni tőle. Édesapám akkor már nagyon várt valami ilyesmire, abban ugyanis nagyon elszánt volt, hogy sajátos nevelési terv alapján fejleszti majd a gyermekei képességeit, viszont nem tudta, mi mellett döntsön. Aztán úgy jött ki a lépés, hogy választottam magamnak.

Horvátország, te kincsesládika!

A szomszédban vár a tenger...

A századik tengerpartos e-képeslap után hasított belém: nekem csak ez jut? Neontól elgyötört szemmel kuksolni, miközben mások élvezik az életet? Na, azt már nem!
Kértem pár nap kimenőt a számítógépemtől, és irány egy közeli, de bódítóan izgalmas célpont. Csakis az Adria! Sosem gondoltam, hogy egyszer vonatra ülök a végtelen kékség kedvéért, pedig az ember felszáll hajnali 6.45-kor álmosan, és délután fél 4-kor Rijekában már fel is eszmélhet álmából. Azaz miket is beszélek? Hiszen épp ott kezdődik csak igazán...

MEKIS CSILLA

Először vonatfüst, aztán hipp-hopp, a tenger friss illata... Nem is rossz csere. Pláne, hogy a kikötőben álmaim vitorlása, egy 1946-os, fából készült „oldtimer" vár.

Vitorlát bontunk, és meg sem állunk Abbáziáig, ahol egykor *Vilmos herceg, Ferencz József* is sokat időzött. Buja kertek, luxusvillák épültek a múlt században a parton, ahová annak idején Bécsből és Budapestről szállították a süteményeket.

Rabacban vakító napfényben épp teli tüdőből fújják a kecskebőr dudát, a népi táncosok pedig ropják rá a parton.

Információk:

www.horvatorszag.hr - a Horvát Idegenforgalmi Közösség honlapja, ahol minden információ megtalálható, amire az Adriára készülő turistának szüksége lehet
www.horvatorszag.lap.hu - Horvátországgal kapcsolatos linkek gyűjteménye
www.utazas.com - a fórumon személyes tapasztalatokról is lehet olvasni, sőt található „telekocsi" szolgáltatás is
www.adriatica.net/hrvatska - szállások felsorolása
www.istra.com - mindenféle információ szállás, éttermek, régiók szerint
www.katarina-line.hr - 20-40 fős történelmi vitorlás bérlése személyzettel
www.adriatic-online.com - információ hajósoknak

Nem messze onnan áll a hegytetőn egy bányászváros, az illírek által alapított Labin. Girbegurba utcáin felkanyarog az ember az óváros főteréig, ahonnan levisz az út az egykori tárnákba. Oda színes bányászsisakban bárki lemehet. Hangszórókból hallatszik a csákányok csapódása, a kövek gördülése, a csillék zaja. És a bányászok sóhaja... Merthogy, miután süllyedt a város, bezárták a bányát.

A 3000 éves Pulában, a hajnali fürdőzés után, a halpiacon ismeretlen rákok, kagylók, halak és egyéb tengeri herkentyűk. Ámuldozom. Itt található a világ harmadik legnagyobb amfiteátruma, amelyben egykor gladiátor- és oroszlánvér folyt – ma koncerteket tartanak.

Másnap reggel éktelen sirálykacagásra ébredek. Kajütöm ablakából látom, hogy egy csapat sirály követi a halászbárkát, bármerre is kanyarog a tengeren. Hát persze, reggeli ideje van! Ideje megnéznem, mit készítettek a matrózok...

Pulából csak egy ugrás az egykor *Tito* által birtokolt zöld éden, a Brijuni-szigetek. Ma bárki a földjére léphet, de régen, ha nem volt valaki pártvezér, *Sophia Loren* vagy *Gina Lollobrigida*, esélye sem volt. Kisvasút visz végig a paradicsomon. Mint a Jurassik Parkban, elektromos kapu nyílik: zebrák, emuk, lámák legelésznek szabadon. Nemsokára hatalmas mészkő táblákon lépkedünk a parton. Nem vagyunk egyedül. 150 millió évvel ezelőtt dinoszauruszok is itt hagyták a lábnyomukat.

Újra vitorlát bontunk. Szól a zene, a lemenő nap fényében kedvünk szottyan táncolni a fedélzeten.

Később Rovinjban kötünk ki, a művészek és a kémények városában. Valamikor a pestis elől ide menekültek az emberek, s egy-egy házban annyian éltek, hogy minden család építtetett magának saját kéményt, mindenki másfélét. Így amikor a férfiak megtértek a halászatból, látták, hogy felkelt-e már a családjuk...

Másnap, könnyes búcsút véve a tengertől, a városfalon körbesétáljuk a hegyre épült Motovunt, majd a világ legkisebb városában, a romantikus, 16 lakosú Humban kóstolunk még utoljára olajbogyót és szárított sonkát.

Most meg azon gondolkodom, hogy mikor rohanjak vissza, és kinek küldjek a tengerről e-képeslapot...

Képzeletbeli utazások

Kezdjük a nyarat virtuális utazásokkal: látogassunk el a Roxfort Boszorkány- és Varázslóképző Szakiskolába vagy a XVII. századi, aranykorát élő Hollandiába!

CSIKI JUDIT

A Harry Potter-rajongóknak jól kezdődik az idei nyár: még szinte vége sincs a tanévnek, máris becsöngetnek a Roxfortban, ahol újabb és újabb kalandok várnak Harry Potterre és barátaira. Sirius Black, aki eddig gyilkosságért járó büntetését töltötte az azkabani varázslóbörtönben, megszökik, és a híradások szerint Harryt keresve Roxfortba menekül. A varázslójelölt azonban maga sem tudja, hogy a szökevénytől vagy inkább az utána nyomozóktól féljen-e jobban...

Roxfort a hálón

A Harry Potter-filmek hivatalos honlapja, a **www.harrypotter.com** a legújabb folytatás tiszteletére a Roxfort kihelyezett, internetes tagozataként működik: ahhoz, hogy végignézzük a különféle aloldalakat, és kipróbáljuk az azok által kínált játékokat, mindenekelőtt az iskola tanulóivá kell válnunk. A feladat nem túl nehéz, csupán egy becenevet kell választanunk, s máris kezünkben az értesítés, amely szerint felvételt nyertünk a neves intézménybe. Ezután választhatunk egy varázspálcát az Abszol úton, Ollivander mester régimódi, jóféle brit birodalmi ízléssel berendezett üzletében. Ahhoz, hogy megtaláljuk a legjobbat, az egyéniségünkhöz illőt, persze többféle modellt is ildomos kipróbálni. Az iskolába érkezve találkozhatunk a Teszlek Süveggel is, „akitől" néhány kérdés megválaszolása után megtudhatjuk, melyik ház lakójaként folytathatjuk roxfortos tanulmányainkat (e sorok íróját Harryék házába, a Griffendélbe sorolta a mágikus fejfedő). A térképen továbbhaladva elmélyedhetünk a varázslóképző iskola különféle tantárgyaiban, nevelhetünk például mandragórát, vagy megtanulhatjuk, hogyan kell bánni a hippogriffekkel, a játékok oldalán pedig a híres varázslófocit, a kviddicset is kipróbálhatjuk. A többi virtuális roxforti diákkal a Dialogue Centre nevet viselő fórumon vehetjük fel a kapcsolatot.

Aki friss hírekre vágyik a filmről, esetleg többet szeretne megtudni a filmkészítőkről, a főszereplőkről, vagy megnézné a filmelőzetest, annak a Reggeli Próféta híradásait érdemes átfutnia, hiszen a honlap készítői itt rejtették el a filmre vonatkozó alapinformációkat, videoklipeket. A komolyabb rajongók letölthetik az obligát háttérképeket és elektronikus képeslapokat, az ennél is megrögzöttebb Harry Potter-fanok pedig bevásárolhatnak a Wizard Shopban, azaz a Varázslók Boltjában, ahol a pólóktól a babákig, az iskolatáskától a DVD-ig mindent beszerezhetünk, ami a film logóját viseli magán – a rossz magaviseletűek még Azkaban feliratú börtönpólóra is szert tehetnek.

A honlap választéka tehát színes és bőséges, s természetesen minden angol nyelven folyik. Ez utóbbi tény talán azok-

nak a szigorú szülőknek a szívét is meglágyítja, akik egyébként rosszul viselik, ha gyermekük több órát lóg az interneten, hiszen a kedvenc film honlapját böngészve nemcsak az iskolai angolórákon tanultakat hasznosíthatják a srácok, de szerencsés esetben még ragadhat is rájuk néhány új kifejezés...

Műterem Delftben

Akik a mesevilágnál kissé valóságosabb helyszínre vágynak, mégis szeretnének elszakadni a XXI. század világától, azok a Leány gyöngy fülbevalóval című filmben az 1600-as évek Hollandiájába, egészen pontosan *Johannes Vermeer* delfti műtermébe látogathatnak el. A holland festő életéről nagyon kevés adat maradt fenn, és az is jórészt hivatalos iratok, házassági és születési anyakönyvi kivonatok, számlák, adóslevelek révén. Mindössze 35 képét ismerjük, amelyből 20 ugyanannak a szobának ugyanannak a sarkában készült. Zsúfolt háztartásban élt, 11 gyerek nyüzsgött körülötte, mégis magányosan festegetett emeleti műtermében. Képei ma is nyugalmat, egyszerűséget sugároznak. *Tracy Chevalier* regénye, amely a forgatókönyv alapjául szolgált, ennek a rejtélyes életnek a történetét meséli el, persze jó adag írói fantáziával kiszínezve. A főhős mégsem maga Vermeer, hanem a 17 éves *Griet,* aki apja balesete után áll cselédnek a Vermeer-házhoz. Bár neveltetésük és társadalmi hátterük gyökeresen eltér egymástól, a lány a festészet iránti ösztönös vonzalmával felkelti a mester figyelmét, és hamarosan a múzsája lesz. Ezt a kapcsolatot persze korántsem egyszerű fenntartani abban a házban, amelyet Vermeer nehéz természetű anyósa, *Maria Thins* ural, s ahol egyre több gyerek zajong a festő szeszélyes felesége, *Catharina* körül. Griet Vermeer patrónusa, *Van Ruijven* érdeklődését is felkelti, s a gazdag úr portrét rendel a cselédlányról. Így születik meg a világ egyik legszebb festménye – de vajon mi az ára?

Festői díszletek

A film minden szempontból sikerváromány: a főszerepet a Bridget Jones naplója sztárja, *Colin Firth* és az Elveszett jelentésben feltűnt *Scarlett Johansson* játssza, a díszletek pedig Vermeer festményeinek csodálatos látványvilágát idézik, egy-egy jelenetben mintha egyenesen a mester egyik képébe nyerhetnénk bebocsátást. Ebbe a vizuális világba tökéletesen beleillik a hivatalos oldal, amely a **www.girlwithapearlearringmovie.com** címen érhető el – már legalábbis azok számára, akik képesek a hosszú domainnevet gépelési hiba nélkül beírni. A honlap nem lép túl a szokásos filmes oldalak tartalomválasztékán, az unalomig ismert szinopszis–főszereplők–képgaléria–letöltések sorozaton, pedig szinte magától értetődő lett volna a festő életével, illetve a történelmi korral kapcsolatos adalékok elhelyezése. Finom eleganciája, Vermeer-festményeket idéző külseje miatt azonban mégis érdemes felkeresni, elmerülni a fotógalériában, letölteni egy-egy háttérképet, esetleg nyomot hagyni a vendégkönyvben.

Tracy Chevalier Leány gyöngy fülbevalóval című regényének oldala:
www.tchevalier.com/gwape

Tanulmány a festményről:
girl-with-a-pearl-earring.20m.com

Vermeer:
essentialvermeer.20m.com

További Harry Potter-oldalak:
www.hollywood.com/movies/detail/movie/1091602
www.sparknotes.com/lit/potter3
www.sparknotes.com/lit/potter3

Van új a nap alatt?

Weyer Balázzsal, az Origo főszerkesztőjével a magyar web jövőjéről

***A 31 éves** Weyer Balázs az Origo indulása óta dolgozik a legnagyobb hazai online médiumnál. A tévés és írott sajtós múlttal rendelkező szakemberrel a különböző internetes trendeken kívül olyan aktuális kérdésekről is beszélgettünk, mint a nemzeti hírügynökség és a világháló kapcsolata vagy az interneten előtérbe kerülő bulvártartalmak.*

SZALAY DÁNIEL

Ingyenes vagy fizetős?

– A négy legnagyobb online kiadó adataira támaszkodó mutatószám szerint 2003 első negyedévéhez képest 50 százalékkal nőtt az online hirdetési piac mérete. Mégis úgy tudom, hogy a piacvezető Origo veszteséges. Igaz ez?

– Az Origo nem különálló cég, üzleti eredményét nehéz az Axeleróétól különválasztani, de az így is eléggé egyértelmű. Mivel közvetlen költségei nem haladják meg közvetlen bevételeit, az Origo nem nevezhető veszteségesnek.

– Mennyien dolgoznak ma a szerkesztőségben?

– 65-70 ember, de nem mindenki állandó megbízással. Vannak közöttük újságírók, grafikusok, programozók, marketingesek. Kollégáink egyébként átlagosan 27-28 évesek, szóval jóval fiatalabb gárdával dolgozunk, mint egy hagyományos napilap. Az is jellemző munkatársaink nagy részére, hogy ez az első komolyabb munkahelyük. Néhány éve sokkal nehezebb, szinte lehetetlen volt webes tapasztalattal rendelkező munkatársakat találni, így többségük itt tanulta meg a szakmát. Manapság azért már sokkal könnyebb, több lehetőség van a tapasztalatszerzésre.

– Mi termeli a bevételt, amiből ennyi embert el lehet tartani?

– A bevétel túlnyomó része a hirdetésekből származik, aminek komoly növekedésére számítunk a következő években. Persze a növekedési ütem előbb-utóbb természetes módon lassulni fog, mint minden felnövő piac esetében. Addigra az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, illetve a fizetett tartalom forgalmának kellene úgy megnőnie, hogy átvegye a növekedés motorjának szerepét a hirdetési bevételektől.

– Elképzelhető, hogy egyszer a webes hírszolgáltatás is fizetőssé válik?

– Az Origo mint univerzális portál ingyenes marad. Amikor fizetős tartalomról beszélek, akkor exkluzív, jelenleg még nem látható dolgokra gondolok. Jó példa erre a Zeneáruház, a Való világ egyes kamerái vagy a Freemail extraszolgáltatásai. Ilyenekből egyre több lesz, de ez nem azt jelenti, hogy az ingyenesen elérhető tartalmak köre szűkülne.

– Az ingyenes tartalmak esetében a felhasználóknak az igen dühítő beugró (pop-up) ablakok elviselésével kell

megfizetniük az árat, esetleg csilingelő reklámok zavarják meg a nyugalmunkat az éjszaka közepén... Ez nem vezethet oda, hogy az embereknek elegük lesz az internetből?

– Bár minden hirdetési forma bosszantja az embereket, ezt mégis csak a weben kérjük számon. A tévénéző ma már nem telefonál be, hogy kérem, miért ilyen hosszú a reklámszünet a film közepén, mert ehhez már hozzászokott. Ahogy tömegessé válik a web használata, úgy egyre inkább elfogadottá válik a hirdetés itt is. Ha azonban az túl tolakodó, nagyon eltér a bevett, standard formáktól, azt szóvá teszik a felhasználók, hiszen ilyen értelemben ők sokkal aktívabbak a tévénézőknél. Mi minden egyedi hirdetési megoldást megvizsgálunk abból a szempontból, hogy belül van-e a felhasználók tűréshatárán, és igyekszünk megértetni a reklámozókkal, hogy mi az, amit nem érdemes erőltetni. A felhasználók reakcióit is gyűjtjük, figyelembe vesszük egy-egy hirdetési megoldással kapcsolatban.

Kényelem és bulvár

– Egyre több a hosszabb, sok oldalból álló cikk a portálon. Van igény ezekre? A felhasználók elolvassák a többoldalas szövegeket?

– Úgy látjuk, hogy most már igen. Ha jól választjuk ki a témát, akkor végignézik a cikkek folytatását is.

– Ezek szerint valóban változnak a netes szokások...

– Igen. Régen egy átlagos internetező a böngészés alkalmával körülbelül két, két és fél oldalt nézett végig, ma már tizenkettőt. Ahogy olcsóbbá válik a net, és terjed a széles sáv, szívesebben olvassuk végig a híreket, mert nem azzal a tudattal használjuk a hálót, hogy a következő oldalt további 200 forintért és 2 perc várakozásért tudjuk megnézni.

– A weben tartalmi szempontból is lehet észlelni valamiféle változást: mintha a világhálón is előretörne a bulvár.

– Ezt nagyon pontosan kell megfogalmazni ahhoz, hogy igaz legyen. Nem ment el a net bulvárosabb irányba, inkább úgy fogalmaznék, hogy kiegészült bulvártartalommal, azaz nem csökkent a komoly információ aránya. Bár az egyik elvünk éppen az, hogy ne próbáljuk megmondani, mi a komoly, és mi a komolytalan, adjuk egyszerre az egészet, és mindenki menjen arra, amerre akar. Ez azért fontos, mert ha valaki csupán bulvárlapot vásárol, akkor csak azzal a témaválasztékkal találkozik, csak abban a tálalásban, ami egy bulvárlap merítése, mi viszont vezető tartalomszolgáltatóként azzal próbálkozunk, hogy aki bulvártémák iránt érdeklődik, az találkozzon komoly tartalommal is, azaz minél tovább az oldalon maradjon. Így azt, ami fontos, a bulvár révén szép lassan annak is el lehet adni, aki egyébként magától nem érdeklődne iránta. És fordítva is igaz: olyan ember sincs, aki kizárólag a művészfilmekre vagy a nagy társadalmi mozgásokra kíváncsi. Akit érdekel a szociológia, azt ugyanúgy érdekelheti a foci, és a művészfilmek rajongói is szerethetik például a Barátok közt sorozatot, így szívesen olvassák az arról szóló cikkeket.

– Hétvégenként azért az Origo is inkább egy könnyedebb hangvételű bulvárlapra emlékezteti a látogatókat, még az időjárásról szóló híranyag címe is más, mint hétköznap.

– Hétvégén valóban más egy kicsit a címlapunk témaválasztása és stílusa, mert megfigyeltük, hogy szombaton és vasárnap némiképp mások az internetezési szokások. Ráérősebben, hosszasabban interneteznek az emberek, és a napszakokon belül is egyenletesebben érkeznek a látogatók. Ezért tesszük föl a hosszabb időt igénybe vevő dolgokat inkább hétvégén. Így például a kérdőíves regisztrációs szolgáltatások nagyobb hangsúlyt kapnak, mert ilyenkor jobban ráérnek az emberek végigmenni a kérdéseken. Természetes és kiszámítható jelenség például, hogy a hétvége közeledtével egyre többen nézik meg az időjárás-előrejelzést. Az, hogy ilyenkor az időjárás kiemeltebb helyen szerepel a címlapon, szerintem nem bulvárosodás, hanem jobb kiszolgálás.

– Ha már ilyen sokat beszélünk a könnyedebb hangvételről: mintha az Index ebben jobban otthon lenne. Kezdettől fogva fiatalosabb, lazább nyelvezetet használ, és jóval több a szórakoztató célzattal írott, véleményt tükröző cikkük.

– Amikor az Origót kitaláltuk, tudatosan indultunk el egy másik vágányon, úgy gondoltuk, hogy ezzel hosszabb távon sikeresebbek lehetünk. Egyrészt azt figyeltük meg az akkori Internettón és utódján, az Indexen, hogy az internetezőket szubkultúraként kezelő hangvétel jellemzi, és nagyon erőteljesen rányomja a bélyegét a netes szleng. Akkor még nagyon kevesen interneteztek, és úgy gondoltuk, hogy ha lesz valami ebből az egészből, akkor az csak sok új felhasználó bekapcsolódásával lehetséges. Számukra viszont ez a nyelvezet ismeretlen, és nem fogják jól érezni magukat, ha azt látják, hogy az internet egy zárt kör médiuma. Ezért mi arra álltunk rá, hogy teljesen természetes, semleges nyelvezetű – a szónak ebben az értelmében konzervatívabb – hírszolgáltatást biztosítsunk.

Másrészt pedig kezdettől fogva kirekesztettük a véleményműfajokat az Origóról, leszámítva a fórumot, amit viszont nagyon fontosnak tartunk.

Online újságírás a való világban

– Egy alkalommal azért mégis kivételt tettek, néhány hete, épp az uniós csatlakozás éjszakáján...

– Igen, ez volt az egyetlen ilyen jellegű írásunk, és valószínűleg hosszú ideig az utolsó is. Épp arról beszéltünk a kollégákkal, hogy a következő publicisztikánk akkor lesz, ha Magyarország kijut

Ahol az Origo portál készül – a budapesti Infopark

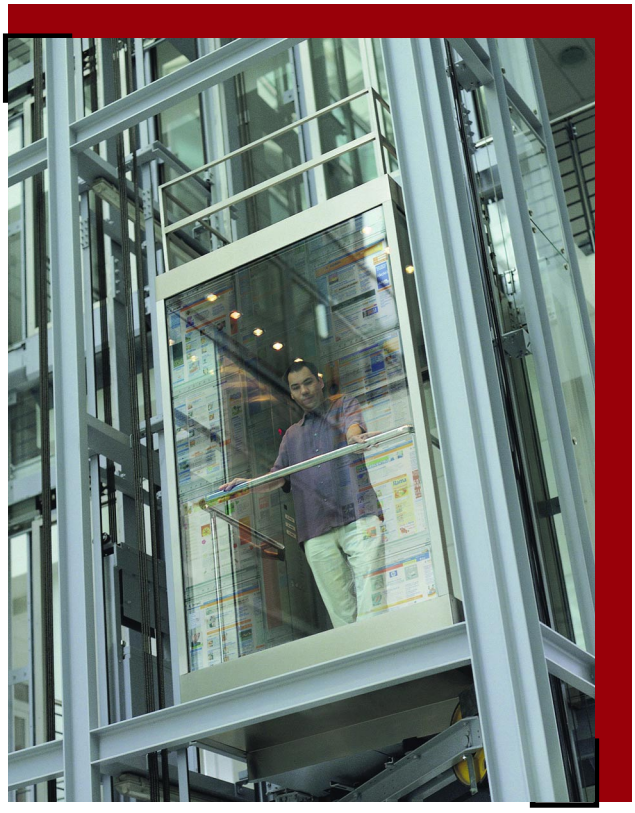
a futball-világbajnokságra... Egyébként részben azért kerüljük az ilyen jellegű műfajokat, mert amíg egy nyomtatott újságban kellenek, akik artikulálják a véleményeket, hiszen – elsősorban terjedelmi okokból – nem lehet közölni mindenkinek az álláspontját, addig a neten bárki észrevételt tehet a különböző fórumokon. A másik szempontunk pedig az, hogy az internet olyan új kultúrát is jelent, ahol a gyorsaság és a visszakereshetőség a hírszolgáltatásnak kedvez, az meg legyen pontos, tömör és korrekt.

– Az elmúlt hetekben a vetélytárs Index nem kis hírverést kapott annak kapcsán, hogy a legnagyobb kormánypárt eseményéről „besurranós" technikával cikket közölt. Az érintett politikai párt elnöke etikátlannak nevezte az internetes újság magatartását. Önök megírták volna a sztorit?

– Feltehetően igen. Én ezt elfogadható és bevett újságírói eszköznek tartom, amelyet azonban csak indokolt esetben szabad használni. Számos fontos sajtótörténeti teljesítmény efféle eszközöknek köszönheti a létét. Nem mondom, hogy bármilyen helyzetben megengedhető, de ebben az esetben a téma súlya megfelelő indoknak látszik.

– Beszéljünk egy másik, igen aktuális kérdésről! Amikor a Magyar Távirati Iroda vezetőjét különféle interjúkban a hírügynökség meggyengült piaci pozíciójának okairól kérdezték, gyakran hivatkozott arra, hogy lopják tőlük a híreket az internetes portálok. Ezért korábbi webes tartalomszolgáltatásukat tovább szűkítették, s már csak négyöt hír érhető el az* mti.hu *címlapján. Tényleg ilyen aggasztó méreteket öltött a „hírlopás"? Vajon mekkora szerepe lehet az MTI megroggyanásában?

– Amióta létezik az Origo, előfizetői vagyunk a távirati iroda hírszolgáltatásának. Szerintem az MTI-nek már jó régen ki kellett volna találnia egy olyan új, modern stratégiát, amely a net tömegessé válásakor is jól működik, és akkor most nem került volna ebbe a helyzetbe. Meg kellene vizsgálni, hogy jó-e az a forma, ahogy a híreket szolgáltatja, hogy mennyire gyorsan, testre szabottan és csomagolhatóan, rugalmasan árazottan teszi. Ha mindezt átgondolták volna, akkor a hírlopás sem veszélyeztetné a pozícióikat, vagyis hogy néhány oldal átemeli az MTI weboldaláról a híreket... Természeten mi magunk is gyakran találkozunk saját anyagaink illegálisan átvett változatával, de nem tudom, hogyan lehetne megállítani ezt a valóban nem épp üdvözlendő jelenséget. Valamennyi hír mellé nem tudunk rendőrt állítani. Ilyen esetben mindig írunk egy levelet az oldal gazdájának, aztán valaki válaszol rá, valaki nem... Valószínűleg elrettentő perekkel lehetne megállítani ezt a tendenciát, ennyit viszont nem ér a dolog, nem veszélyezteti komolyan az érdekeinket. Ha valaki engedélyt kér az anyagok átvételére, általában hozzájárulunk. Van saját hírszolgáltatásunk is, s online és offline ügyfelek – elsősorban kereskedelmi rádiók – szép számmal igénybe is veszik.



A jövő zenéje

– Kanyarodjunk vissza a klasszikus webes szolgáltatáshoz! Lehet-e még újat kitalálni az online médiában?

– A legtöbb dolog már ki van találva. Az kevésbé világos, hogy hogyan lehet ezeket technológiailag stabilan, üzletileg pedig profitábilisan szolgáltatni. A következő időszak szerintem erről fog szólni. A video-on-demand szolgáltatások például elvben már 6-8 évvel ezelőtt is ígéretesnek tűntek, de technológiailag és üzletileg mostanában lesz csak valóban érdemes elindítani azokat.

– A hagyományos szolgáltatásokat illetően nincs hiányérzete a magyar webbel kapcsolatban?

– Biztosan rengeteg dolog hiányzik sok embernek, de ezek csak nagyon speciális érdeklődési területek elmélyültebb ügyei lehetnek, amelyeket már elsősorban egyéneknek vagy közösségeknek kell előállítaniuk: egy oldalt az alpinizmus, a bossa nova, a makramé vagy a távol-keleti filmek mániákusainak elsősorban az tud jól elkészíteni, aki maga is mániákus.

– Mit remélnek a Zeneáruháztól?

– Az ember mindig ráfarag a jóslásra, pláne, ha ez az internettel függ össze. Leginkább azt várom ettől a szolgáltatástól, hogy változtassa meg azt a hozzáállást, hogy a neten minden ingyen van. Azt várom, hogy tízezres nagyságrendben vásároljanak a Zeneáruházban.

– Ez a tízezer ember egy dalt vagy egy teljes albumot vesz majd? Azért ez nem mindegy...

– Szerintem viszont mindegy, rövid távon mindenképpen. Az a fő, hogy az első vásárlás sikeresen megtörténjen, mert ez a sarkalatos pont: ha sikeres, egy csomó téves prekoncepciót megszüntet az emberekben a netes vásárlással kapcsolatban. Hogy kockázatos, hogy bonyolult, stb. Ha sikerélményük lesz, ha meg tudják hallgatni a letöltött zenét, ha nem kell többet fizetni, mint amennyi fel volt tüntetve, ha rájönnek, hogy senki nem nyúlta le a hitelkártyájuk PIN kódját, akkor bízni fognak az online vásárlásban. Az első alkalom a legfontosabb.

– A biztonsági kockázatot most az SMS-es fizetéssel sikerült megszüntetni...

– Igen, viszont az SMS drágább, és bizonyos összeghatár fölött már nehézkesebb vagy lehetetlen így fizetni. Viszont a bankkártyájukat egyelőre kevesen merik használni. Harmadik lehetőség is van már: hogy a díjat a szolgáltató az előfizető hó végi számláján tünteti fel. Ez sem nem drága, sem nem kockázatos.

– Nem hiányolja a netes szerencsejátékok megjelenését? Online kaszinók például még nemigen vannak a háló magyar szegletében...

– Ennek elsősorban a szerencsejáték-törvény a gátja. Ha egyszer megváltozik, az komoly piacot nyithat meg.

– Ön szerint mi az, amit erősíteni kellene a portálon?

– Szeretném, ha a bevásárlóközpontunk jobban pörögne, de az online vásárlással kapcsolatban még sok fék van az emberekben. Másik fontos feladat a társkeresőnk felfuttatása, és az utazási rovatunkat is próbáljuk erősíteni.

– A társkeresővel el lehet érni még vezető pozíciót? Nem késő manapság ilyen szolgáltatást indítani, és beállni a sokadik társkeresőoldal üzemeltetőjének?

– Vagyunk azért akkorák, hogy ha valamit elkezdünk, akkor az nem a századik lesz, nem csupán egy a sok közül. Hiszünk benne, hogy piaci súlyt fogunk képviselni ezen a téren is.

Változó médiaviszonyok

– Visszatérve az Origóra: egyre gyakoribb, hogy beemelik az olyan kisebb oldalakat, mint a Honfoglaló, a Menedzsment Fórum, és még sorolhatnánk a régebben különálló, ma már a portál szerves részét képező kisebb oldalakat. Folytatódik ez a stratégia?

– Arról van szó, hogy a hirdetési és a navigációs portfóliónk részévé teszünk egy oldalt valamilyen – mindkét fél számára – jól működő üzleti megállapodás keretében. Itt két dolgot kell megkülönböztetni. Az egyik esetben úgy véljük, hogy üzletileg hasznos, ha az oldalt beemeljük, mert bevételt termelő képessége van, és jó, hogy ha az értékesítési jogait megszerezzük. A másikban azt látjuk, hogy nincs ugyan nagy hirdetési potenciál az oldalban, de nagyon hasznos, sokakat érdekelhet. Ezzel segítünk

Weyer Balázs, az Origo főszerkesztője

1998-ben végez az ELTE BTK magyar nyelv és irodalom szakán, majd 1999-ben a kommunikáció szakon szerez diplomát. Már tanulmányai alatt újságíróként tevékenykedik: 1993-tól három éven át a Magyar Narancs politikai rovatvezetője, majd a Vasárnapi Hírek belpolitikai szerkesztője (1996–97). 1997-ben az RTL Klub híradójának felelős szerkesztői feladataival bízzák meg; a pozícióból ugyan egy év múlva távozik, de továbbra is az RTL Klub Országház című parlamenti magazinjának felelős szerkesztője marad. 1995 és 1998 között a Független Médiaközpont (CIJ) oktatója. 1996 óta Egyetemi oktató az ELTE kommunikáció tanszékén, illetve a Színház- és Filmművészeti Egyetem televíziós szakán. 1999 januárjától szerkesztő, majd projektmenedzser az Origo internetes portálnál (**www.origo.hu**), majd 2000 májusában kinevezik az Origo főszerkesztőjévé.

1998-tól a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezetének felügyelőbizottsági tagja, 1999-ben pedig a Tilos Kulturális Alapítvány kuratóriumának elnöke. 1998 óta a Közösségi Rádiók Világszövetsége (AMARC) elnökségi és végrehajtó bizottsági tagja, 2000-től az Európáért felelős alelnöke.

Publikációi:

Felelősök (*Kóczián Péterrel* közösen). Budapest, 1996, Figyelő

Kántor nyomoz. Az invesztigatív újságírásról (*Vajda Évával* közösen). In: A nyilvánosság rendszerváltozása. Budapest, 1998, Új Mandátum

Szabadon. A közösségi rádiózás Magyarországon (*Giczey Péterrel, Cs. Kádár Péterrel* és *Péterfy Ferenccel* közösen). Budapest, 1999, Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete

Bevezetés az újságírásba. Tankönyv riporterek és szerkesztők számára (megjelenés alatt)

neki megerősödni, másrészt a keresztpromóciók miatt is fontosak ezek az együttműködések. Továbbá nagyon lényeges számunkra, hogy legyenek érdekes dolgok a neten, hiszen ez az egész piac erősödését eredményezi.

– A napokban láthattuk a portál első olyan reklámját, amelyet a televízióban sugároztak. Várható, hogy a tévéreklámok rendszeressé válnak?

*Készül a Petőfi rádió Modem idők (**www.modemidok.hu**) műsora*

– Ez a tévéreklám az első a történetünkben, s egyelőre vizsgáljuk az eredményességét. A tévé és az internet szimbiózisára jó példa, hogy amikor a Való világ elindult, és a **valovilag.origo.hu** cím sokat szerepelt a tévében, nagyon sok olyan ember lépett fel a világhálóra, aki előtte nem volt netező. Most is hasonlóra számítunk a reklám kapcsán.

– Lehet, hogy néhány éven belül a tévécsatornák leszek kénytelenek hirdetni a weben? Lehet-e valaha a tévé konkurenciája a net?

– Annak nem látom értelmét, hogy lineáris, hagyományos tévét indítsunk. Inkább az on-demand dolgoknak lenne értelme, amikor a netező döntheti el, hogy mit akar megnézni. A tévék lineáris kötöttsége is megszűnik majd a digitális televíziózással. A net legnagyobb előnye épp az, hogy sem térben, sem időben nem lineáris. A sávszélesség növekedése biztosan komoly kihívást jelent majd ez ügyben. A másik trend pedig az lehet, hogy az eszközök összeépülnek. Egy monitoron netezünk, és nézzük a tévét. De nem tudom, hogy netezésnek hívjuk-e majd, ha netes technológiával nézünk meg egy filmet. A neve persze mindegy is.

– És a cikkek mellett mikor lesznek videotudósítások az Origo oldalain?

– Már most is vannak, naponta néhány. Számuk nyilván fokozatosan növekszik majd, de nem valószínű, hogy minden egyes hír mellett lesz képanyag, mint a tévéhíradókban. Nem szeretnénk a tévéstábokhoz hasonlóan azon gondolkodni egy benzináremelésről szóló tudósítás esetében, hogy milyen – egyébként érdektelen – vágóképeket tegyünk a hangalámondás mellé. Más esetben viszont lehet, hogy épp írott tudósításra nincs szükség, és elég a kép.

– A jövő újságírója tehát fotózik, videózik, megvágja az anyagot, és közben „úgy mellékesen” még cikket is ír a történtekről?

– Persze.

– Mindezt egy ember?

– Pont az a jó a netben, hogy az összes jelforma rendelkezésre áll, és szabadon lehet választani a témától függően, hogy képben, szövegben vagy hangban adjuk-e át, és mi az ideális. Ami kötöttségnek látszik, az valójában hallatlan nagy szabadság.

A Linuxra tettek

A Novell és szövetségesei a nyílt forráskód mellett

A SUSE Linux felvásárlása jelentős lépés a Novell számára afelé, hogy felgyorsítsa a Linux vállalati bevezetését. A Novell 2000 elején kezdte meg a linuxos megoldások felépítését, amikor legfontosabb technológiáját, az eDirectory címtárat Linux-rendszerekre is elérhetővé tette. 2003 áprilisában a cég bejelentette, hogy a NetWare operációs rendszeren futó összes szolgáltatást a jövőben futtathatóvá teszi Linux-kerneleken is, majd augusztusban felvásárolta a Ximiant és annak vezető linuxos munkaállomás-felügyeleti megoldásait. Az ütem azóta sem csökkent. Szeptemberben a cég bejelentette a Novell Nterprise Linux Services (NLS) nyilvános béta-verzióját, egy olyan megoldását, amely SUSE Linux és Red Hat rendszereken futva hálózati szolgáltatásokat kínál Linux-környezetben. Cikkünk szempontjából azonban nem az a legérdekesebb, hogy a Novell – meghirdetett stratégiájához híven – egyre több termékét teszi elérhetővé nyílt forráskódú platformon is, hanem hogy ebben a törekvésben más cégek tucatjai és fejlesztők ezrei állnak mellé.

Az IBM, a HP és a Dell egyaránt megvásárolta az NLS technológia licencét, hogy azt tovább értékesítse saját ügyfeleinek. „A Novell globális jelenléte és a vállalati szoftverek területén szerzett ismeretei a SUSE Linux technológiáival kombinálva a Novellt egy csapásra a legerősebb vállalati Linux-szállítóvá teszi" – mondta *Szittya Tamás,* a Novell Magyarország ügyvezető igazgatója a cég sajtótájékoztatóján. „A Novell ügyfelei már régóta kértek bennünket, hogy hálózati szoftverünkkel és támogatási rendszerünkkel segítsük a Linuxot. Most még tovább megyünk, a piac egyik legjobb Linux-disztribúcióját kínáljuk. A Linux-rendszerek bevezetése iránt érdeklődő ügyfeleink – akár adatközpontként, akár munkaállomásként szeretnék azokat használni – a Novelltől megkaphatják, amire vállalati informatikai rendszereikben szükségük van. 2004 a Linux éve lesz" – tette hozzá Szittya.

A SUSE Linux termékdivízióvá vált a Novellen belül, amelynek értékesítési és marketingtevékenységét a cég már meglévő, földrajzi alapon szerveződő üzleti egységei és a SUSE Linux jelenlegi értékesítési és marketingszemélyzete látja el. A SUSE Linux mérnökei szorosan együttműködnek a Novell termékcsapatával, hogy a közös fejlesztési tevékenység összhangban legyen. „Elkötelezettségünk a nyílt forráskódhoz kapcsolódik, nem egy általunk értékesített termékhez" – mondta Szittya. „A SUSE Linux és a Ximian felvásárlásával a piac néhány legjobb nyílt forráskódú fejlesztőjét tudhatjuk sorainkban, és ki szeretnénk használni ezeket a képességeket a teljes termékvonal fejlesztésében."

Miután lezárult a Novellnek a SUSE Linux felvásárlásával kapcsolatos akciója, a cég egyedülálló módon teljes Linux-megoldásokat ajánl, hozzá globális műszaki támogatást nyújt, és az új Novell Linux Jogi Védelmi Program (Indemnification Program) keretében további biztonságot kínál vállalati ügyfeleinek. „A Novell elkötelezett a Linux sikere mellett" – mondta Szittya Tamás. „Új jogi védelmi programunkkal lebontjuk a Linux-rendszerek vállalati bevezetése előtt álló korlátokat. A linuxos és más nyílt forráskódú megoldások gyorsan növekedtek az utóbbi években, és a korlátozott használat felől az üzleti szempontból kulcsfontosságú területek felé mozdultak el. Amint azonban a vállalatok stratégiai befektetésre készülnek a Linux-rendszerek kapcsán, szembe-

Teljes a skála

A SUSE Linux a nagy és kis ügyfelek igényeit egyaránt lefedi szerver- és asztalirendszer-kínálatával. A SUSE Linux Enterprise Server 8 a közepes és nagyméretű cégek számára a legfontosabb hálózati szolgáltatásokat kínálja az adatközpontokhoz szükséges magas fokú elérhetőséggel és skálázhatósággal. A SUSE Linux Standard Server 8 felhasználóbarát felületet és könnyen használható telepítő-, illetve konfigurálóeszközökkel támogatott fájl-, nyomtató-, infrastruktúra-, e-mail, internetátjáró- és alkalmazásszerver-szolgáltatásokat kínál a kisebb cégeknek és részlegeknek. A SUSE Linux Desktop teljes funkcionalitású Linux-környezetet nyújt a végfelhasználóknak, amely e-mail, irodaiprogramcsomag-, webböngésző- és távoli felügyeleti szolgáltatásokat tartalmaz. A SUSE Linux Openexchange Server e-mail, naptár-, feladatkezelő és egyéb csoportmunkaeszközökkel teszi hatékonyabbá a vállalatok működését. A SUSE Linux 9.0 – az otthoni felhasználók számára készült első operációs rendszer, amely kihasználja az AMD Athlon 64 processzor lehetőségeit – a windowsos rendszerekről történő áttérést az NTFS-fájlrendszerek támogatásával segíti, és a gyakorlott felhasználók számára a 2.6 Linux-kernel fejlett képességeit kínálja, melyek egy része a 2.4-es alapértelmezett kernelbe is bekerült.

kerülnek a jogi védelem kérdésével. A Novell Linux Indemnification Program keretében a feltételeknek megfelelő ügyfelek védelmet kapnak a Linux-rendszerekhez kapcsolódó, szellemi tulajdont érintő keresetek ellen."

IBM-befektetés

A SUSE Linux felvásárlásának befejeztével teljesültek a feltételei annak az 50 millió dolláros, az IBM által a Novellbe történő befektetésnek, amelyet tavaly november 4-én jelentettek be. A Novell megállapodást kötött az IBM-mel arról is, hogy az a Novelltől vásárolt licenccel szállíthat SUSE Linux Enterprise Server rendszereket az IBM-szerverekhez. Ez a szerződés új csatornát biztosít a Novell számára az üzleti felhasználók SUSE Linux-rendszerekkel történő ellátásához világszerte. A szerződés részeként az IBM szállíthatja vagy előre telepítheti a SUSE Linux Enterprise Server rendszereket teljes szervertermékskáláján, így az IBM eServer iSeries, pSeries, xSeries és zSeries, valamint a IBM eServer BladeCenter rendszereken. A két cég kiegészítette az IBM SUSE Linuxszal kötött szerződését, és a Novell folytatja az IBM-szerverplatformon futó SUSE Linux-rendszerek fejlesztését és támogatását.

Mindez annyit tesz, hogy mivel az IBM szállíthatja a SUSE Linux Enterprise Server rendszereket szerverszámítógépeihez, könnyebbé válik a Linux megvásárlása, bevezetése és felügyelete, valamint költséghatékonyabb megoldást jelent az ügyfeleknek. A SUSE Linux konfigurációs és telepítéskezelő eszközeivel az ügyfelek az IBM-gépeken futó SUSE Linux-rendszereket könnyebben vezethetik be vegyes hálózati környezetben, így anélkül használhatják ki a Linux költségbeli és a rugalmasság terén mutatkozó előnyeit, hogy feláldoznák a számukra szükséges vállalati szintű képességeket.

„Ez egy fontos mérföldkő, és rendkívüli örömmel tölt el bennünket a Novell-lel – a Linux-világ egyik első számú szállítójával – fenntartott, egyre fejlődő üzleti kapcsolat" – nyilatkozta *Jim Stallings,* az IBM Linux-üzletágának ügyvezetője. „Fontos, hogy választási lehetőséget biztosítsunk az ügyfeleknek. A Linux vonzó értéket kínál, amelynek segítségével a világ számos üzleti vállalkozása bevezethet olyan nagy léptékű fejlesztéseket, melyek a Linux előnyeit – például az alacsonyabb költségeket, a nagyobb stabilitást és a megnövelt biztonságot – használják ki."

Új partnerek ezrei

A Novell Linux-stratégiájának egyre növekvő iparági támogatását tükrözve rekordiramban lépnek partnerkapcsolatra a Novellel az új szoftverfejlesztők, értékesítési partnerek, valamint független hardver- és szoftverszállítók. Több mint 10 000 fejlesztő csatlakozott a Novell fejlesztői programjához az utóbbi hat hónapban, a cég nyílt forráskódú projektek számára üzemeltetett webhelye, a Novell Forge regisztrált felhasználóinak száma pedig 60 százalékkal gyarapodott 2004 januárja óta. A Novell tovább bővíti kapcsolatait a legismertebb hardverszállítókkal – például a már említett IBM-mel és a HP-vel –, s együttes képzésekkel, valamint egyéb ügyfélközpontú tevékenységekkel egészítik ki meglévő szállítási szerződéseiket. A cég értékesítési partnerei is gyors iramban ragadják meg a Novell Linux-stratégiájának lehetőségeit; az elmúlt év során jelentősen növelték Linux-megoldásokat kínáló üzletágaikat. Ezzel a hatalmas és egyre növekvő, globális gazdasági közösséggel pedig a Novell páratlan erőforrásokat mozgósíthat a Linux-megoldások szállítására világszerte.

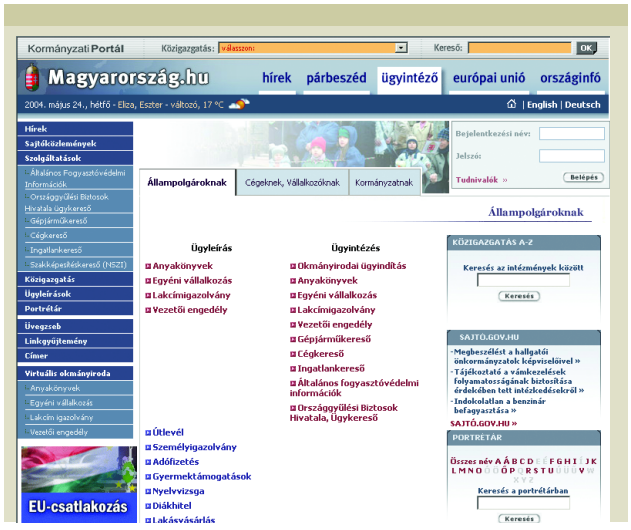
Helyi honlapok a hálón (II.)

E-ügyintézés: a Balkánról Európába?

A magyarországi elektronikus ügyintézés olyan, mint a jeti. Mindenki beszél róla, de valójában még senki sem látta. Legalábbis nemigen lehet találkozni valóban működő alkalmazásokkal, egyelőre nem igazán tudunk hivatalos kötelezettségeinknek az interneten keresztül eleget tenni.

FÜLÖP HAJNALKA

A lapunk áprilisi számában megjelent cikk végén írtunk az Internetes Közigazgatási Szolgáltató Rendszer, vagyis az XR bevezetéséről. A **www.magyarorszag.hu/ugyintezo** címen elérhető szolgáltatásról még nem lehet sok jót elmondani. Jelenleg lakcímigazolvánnyal, nemzetközi jogosítvánnyal, egyéni vállal-



kozói igazolvánnyal és anyakönyvvel kapcsolatos hivatali eljárásokat indíthatunk el, valamint időpontot egyeztethetünk egyéni vállalkozói, lakcímigazolvány-igénylési, anyakönyvi, jogosítvány-, lakcím-, személyazonossági- és útlevélügyek intézéséhez. (Ám ez utóbbiban sincs sok köszönet, hiszen az időpont akár több héttel későbbre is szólhat, míg egy hajnalban elkezdett sorban állással azért egy nap alatt szinte bármit el lehet intézni.)

Egyelőre nehézkesen kezelhető, száraz jogi nyelven írt információk olvashatók a „virtuális okmányirodákban", hébe-hóba előfordul néhány letölthető űrlap, és az egész országban csupán 49 okmányiroda elérhetőségét sorolják fel. *Kóka János,* az Informatikai Vállalkozások Szövetségének elnöke az áprilisi Internethajón tartott előadásában bemutatott egy grafikont, amely szerint a tavalyi évben elektronikus ügyintézést igénybe vevők száma (a lakosság 6%-a) alapján az utolsó előtti helyen kullogunk a mintegy 30 országra kiterjedő felmérésben. Csak azért nem az utolsón, mert Bulgária is ott volt a vizsgált országok között – vagyis a helyzet balkáninak nevezhető.

Kérelem kattintásra

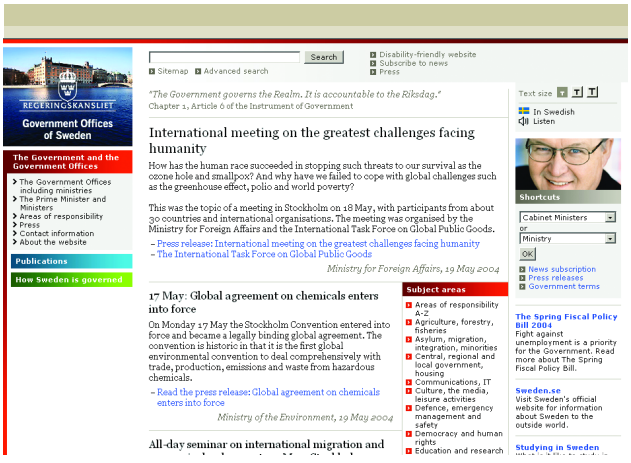
De nézzük, hogyan tudunk ebből a gödörből kijutni, milyen intézkedések, törvények, pénzösszegek állnak a közigazgatás szereplőinek rendelkezésére, és vajon mikorra várható az érdemi változás.

A közigazgatási eljárásokról szóló törvény tervezete a központi igazgatási szerveknek jövő júliustól, az önkormányzatoknak pedig 2010-től írja elő az elektronikusan érkező kérelmek fogadását. Ez nem azt jelenti, hogy minden szerv és minden önkormányzat honlapja teljes körűen kiszolgálja majd a virtuálisan betérő ügyfeleket, hanem azt, hogy az általuk elektronikusan indított ügyeket köteles fogadni, illetve eljárni azokban. Vagyis egy e-mailben küldött bejelentés, kérelem, eseményközlés

ugyanolyan intézkedési kötelezettséget ró a hivatalra, mintha az hagyományos levélben vagy személyesen, az ügyfél megjelenésével érkezett volna (iktatás, figyelembevétel, halasztó hatály, 30 napon belüli válaszadási kötelezettség stb.). Az elektronikus aláírás mindennapos használatával természetesen az interneten benyújtott adóbevallás vagy egyéb bizalmas irat, illetve annak útja is követhető lesz. (Lásd keretes írásunkat az elektronikus ügyintézés szintjeiről.)

EU-milliárdok az elektronikus ügyintézés fejlesztésére

Az elektronikus (ön)kormányzat kialakítása nem csupán a webes szolgáltatások létrehozását jelenti, hanem a hatóság belső munkájának teljes átszervezését is. A hivatalon belüli e-ügyintézés megköveteli a személyekre lebontott, pontosan megfogalmazott hatásköröket, valamint az ügyek elektronikus nyomon követési lehetőségét. Az új és nem mindig megbízható technológia miatt a közigazgatási eljárásokról szóló törvény-



tervezet kiemelt jelentőséget tulajdonít az adatok biztonságának. Alapvető fontosságú lesz például az ügyfél azonosítása – ezt vagy elektronikus aláírással, vagy a személyazonosító és lakcímadatokkal lehet majd megtenni. A világhálón az információk könnyen elveszhetnek vagy megsemmisülhetnek, ezért a dokumentumok megérkezéséről a polgármesteri hivatal értesítést fog küldeni a feladóknak. A hatóságoknak meg kell teremteniük az elektronikus úton érkezett adatok sérthetetlenségének feltételeit is. További előírás, hogy az ügyintézés során felmerülő technikai problémákról az önkormányzat köteles lesz tájékoztatni az ügyfelet, és az üzemzavar időtartamát figyelmen kívül kell hagynia a határidők számításánál.

A kötelezettségek egy része „csupán" szervezési probléma, de sok szolgáltatás kiépítése komoly anyagi forrásokat igényel. (Ha az e-kormányzás a települések kötelező feladata lesz, akkor – egy Ausztriában készült becslés szerint – lakosonként évente 15 euró, vagyis csaknem négyezer forint ráfordítással lehet számolniuk.) Idén a források előteremtésében segít a Gazdasági és Közlekedési Minisztérium, valamint az Információs Társadalom Kht. által kiírt, 2 milliárd 180 millió forintos keretösszegű EU-pályázat, amely a költségek 87,5%-át hivatott fedezni. Ha min-

den sikeresen halad, és az emberek megfelelő arányban használják a számítógépeket, akkor egyszer majd elérhetjük Svédország színvonalát, ahol gyakorlatilag majdnem minden hivatalos ügyet el lehet intézni elektronikus úton.

E-bíróság: rövidebb perek, védett tanúk videón

Nemcsak kormányzati vagy önkormányzati ügye lehet az állampolgárnak: évről évre egyre több bírósági intézkedés történik. Persze nemcsak a peres ügyekről van szó, hanem a cégbírósági bejegyzésekről és a több tízezer közösségi joganyag kezeléséről, alkalmazásáról is.

Ennek érdekében az e-bíróság kiépítéséről tárgyalt *Lomnici Zoltán,* a Legfelsőbb Bíróság és az Országos Igazságszolgáltatási Tanács elnöke *Kovács Kálmán* informatikai és hírközlési miniszterrel. A főbíró elmondta, hogy jelenleg 82%-os a bírák számítógéppel való ellátottsága, az országos hálózatban lévő hétezer-ötszáz számítógép mellé további kilencszázra van szükség ahhoz, hogy minden magyar bírónak saját gépe legyen. És amíg egy osztrák bíró tárgyalás közben is percek alatt beszerezheti a per eldöntéséhez szükséges adatokat, például az ingatlan-nyilvántartásból, addig magyar kollégájának hónapokra el kell halasztania az eljárást a földhivatali megkeresés miatt. A főbíró szerint fontos, hogy a tárgyaló bírák minél előbb

hozzáférjenek elektronikus úton például a Belügyminisztérium nyilvántartásához, illetve a legfelsőbb bírósági és ítélőtáblai határozatokhoz.

A svéd minta itt is követendő: a **www.dom.se** lapon található keresővel pillanatok alatt megszerezhetők a központi bíróságok ítéletei. 2004. január 1-jétől Svédországban minden bíróság köteles a végzést elektronikus formában is közrebocsátani. Az oldalról letölthetők a perekkel kapcsolatos kérések, s az aláírt kérvényeket azután saját kezű aláírással ellátva a bíróság irodájában kell leadni.

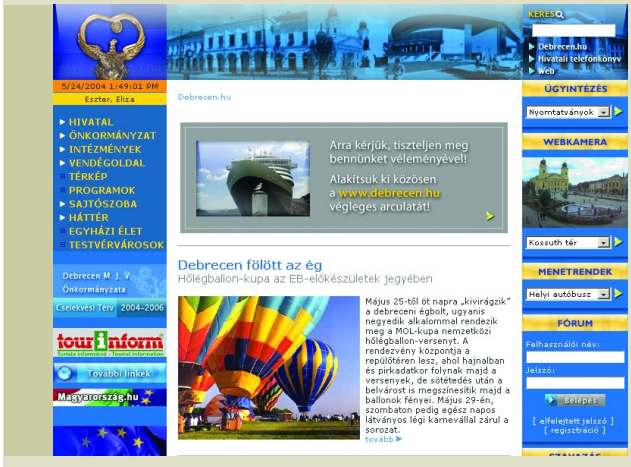
Az Európai Unión belül elektronikus formában – fax vagy e-posta – is lehet pert indítani, akár egy másik ország területén. Feltétele, hogy 5 napon belül megérkezzen a bíróságra a beadvány lemezre rögzített eredetije. Beadványokat és követeléseket is be lehet nyújtani hasonló módon. Ebben az esetben elektronikus aláírással kell igazolni a dokumentumok hitelességét.

Az elektronikus cégeljárás technikai és jogi feltételei ma már Magyarországon is adottak, bevezetése jövőre kísérleti projekt formájában, majd 2006-tól teljes mértékben megvalósul.

Az Országos Igazságszolgáltatási Tanács Hivatala (OITH) és az IHM jelenleg közösen dolgozik a távkihallgatás lehetőségének megvalósításán. Lényege, hogy a tanúnak nem kell megjelennie a kihallgatáson, hanem egy kamera és az internet segítségével mintegy távkonferencia formájában válaszolhat a kérdésekre. Ez bonyolult, több személyt érintő bűnügyeknél megkönnyítheti a procedúrát, mivel elkerülhető a tanúk utaztatása. Egyik távközlési szolgáltatónknak már létezik hasonló szolgáltatása, a videochat, ahol egyszerű webkamera segítségével videotelefonálhatunk, vagy írásban üzengethetünk egymásnak egy chatfórumra bejelentkezve.

Az e-kormányzás szintjei

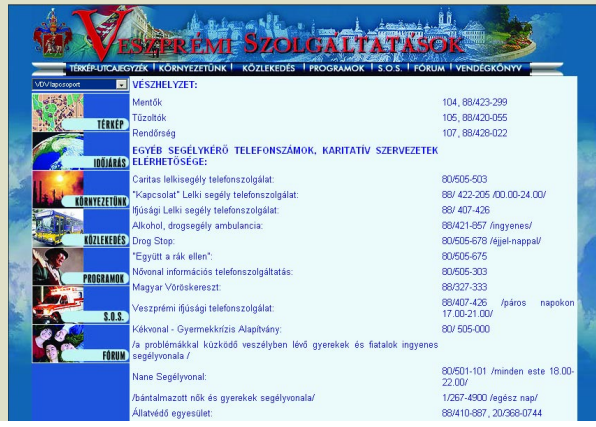
Az **első** szint az egyszerű információközlés. A hazai önkormányzati és központi igazgatási portálok, illetve statikus weboldalak alkalmasak erre a szolgáltatásra.



A **második** szinten lehetővé válik az állampolgárok és a hivatalok online kommunikációja: űrlapok letöltése, különböző fórumok. A nagyobb települések portáljain általában már megtaláljuk ezeket az elemeket. Debrecen honlapján a város legnagyobb adófizetői nyomon követhetik a helyi adóbefizetéseket is, Veszprém város weboldalán pedig májustól online, vagyis valós idejű családjogi, mentálhigiénés, lelki és egészségügyi tanácsadás működik. A hivatalok egyre több helyen várják e-mailben is a lakosság építéshatósággal kapcsolatos kérdéseit, észrevételeit, s elterjedtnek tekinthető a polgármesterek online fogadóórája.

A **harmadik** szint az interakció. Ide tartozik például az űrlapok elektronikus kitöltése és elküldése, amelyekből azonban csak újabb akták lesznek a hivatalban. Ehhez már szükséges az ügyfelek egyértelmű azonosítására alkalmas elektronikus aláírás – az ezzel kapcsolatos szabályokat jelenleg készíti elő az informatikai tárca. Így a klasszikus értelemben vett elektronikus ügyintézéssel még egyetlen magyar önkormányzatnál sem találkozunk.

A **negyedik** az úgynevezett tranzakciós szint, amikor az ügyintézés, valamint az üzleti tranzakció teljes egészében az interneten bonyolódik le. Ebben a fázisban az ügyek papíron már egyáltalán nem jelennek meg a rendszerben.



Humáninformatikai trendek

Gyorsabb és hatékonyabb folyamatkezelés integrált rendszerekkel

Ma már a vállalat összes folyamatát le lehet képezni informatikai rendszerekben, a beszerzéstől a készletgazdálkodáson és az ellátási láncon át az értékesítésig, a pénzügyi-számviteli és a humánpolitikai nyilvántartásig, valamint az ehhez tartozó információáramlásig. Ám nem helyettesíti az embert, csak megkíméli a rengeteg adminisztrációs tehertől. Az informatika a humánerőforrás-gazdálkodás területére is számos megoldást kínál. A hazai vállalatok, amelyek élnek a humáninformatika lehetőségeivel, saját fejlesztésű vagy vásárolt rendszerekkel teszik hatékonyabbá folyamataikat, míg több multinacionális cég a nemzetközi központban már elfogadott megoldásokat alkalmazza.

KOCZÓ ILDIKÓ

A Tesco Global magyarországi vállalatánál például belső intranethálózat működik, amely főleg az információáramlást segíti elő. Olyan központi adatbázist kívántak létrehozni, amelyet a cég munkatársai bármely pillanatban elérhetnek, és folyamatosan naprakész információt biztosít számukra. Ez elsősorban azért fontos, mert jelenleg 33 hipermarket tartozik hozzájuk, és majdnem 15 000 alkalmazott, így képtelenség lenne mindenhová papíron eljuttatni a szükséges információkat.
„Az intraneten kommunikálunk áruházainkkal, raktárainkkal, illetve a központi irodán belül is" – mondja *Dolmányos Gábor,* a Tesco IT-igazgatója. „Másrészt belső humáninformatikai alkalmazásaink is vannak, ezeken többek között a vállalat dolgozóinak nyilvántartását, valamint az utódlástervezést vezetjük. Jövőre pedig bevezetésre kerül Magyarországon egy olyan humáninformatikai rendszer, amely nemzetközi szintű, globális döntés eredményeként született." A szakember állítja: kézzelfogható haszna és forintban kifejezhető értéke van, ha humáninformatikai rendszerek léteznek a vállalaton belül, és azok működőképesek is.

Teljesítményértékelés és ösztönzés

A munkatársak teljesítményértékelése fontos eszköz a vállalat hatékonyságának növeléséhez, de segítséget tud nyújtani a karriertervezésben, az anyagi és nem anyagi ösztönzésben is. A Sara Lee Kávé és Tea Magyarországnál a teljesítmény mérése helyett komplex teljesítménymenedzselést alkalmaznak.
A vezetők és a beosztott munkatársak meghatározott felelősséggel tartoznak az egyéni és ezáltal a szervezeti teljesítmény létrejöttéért.
A legtöbb vállalatnál létezik valamiféle mérése, illetve értékelése az üzleti eredménynek és az ahhoz való egyéni hozzájárulásnak, a kérdés csak az, hogy milyen eszközökkel biztosítható az üzleti tervek szerinti eredmény elérése. A teljesítménymenedzsment ilyen eszköz, amely vagy spontán módon jelenik meg a vezetők és a munkatársak napi kapcsolatában, vagy úgy, hogy azt szervezett folyamatként határozzák meg. Ám ez a legkevésbé humánpolitikai eszköz a HR-eszköztárban: a HR legfeljebb szakértőként részt vehet a rendszer kialakításában, és tanácsadással segítheti annak működtetését.

„Nincs egységesen alkalmazható recept" – véli *Nagy László,* a Sara Lee HR-igazgatója. A teljesítménymenedzsment-rendszer kialakítása során meghatározó tényező a vállalat üzleti stratégiája és piaci helyzete, továbbá jelentősen befolyásolja a vezetési kultúra és a HR szervezetben elfoglalt helye, elfogadottsága.
A szakember szerint olyan rendszer sikeres működtetésére van esély, amelyet az érintett vezetők bevonásával alakítottak ki, és amely általuk is érzékelhetően segíti az üzleti célok elérését, nemcsak azok utólagos adminisztrációjára szolgál. Idáig persze rögös lehet az út, a bevezetés során számos érdeket kell egyeztetni, esetenként erős ellenállást kell legyőzni. Ebben az első számú vezető támogatása játszhat döntő szerepet.
A Sara Lee teljesítménymenedzsment-rendszerét is intranetes alkalmazás segíti. A már említett előnyökön kívül lehetővé teszi a rendszer használatának egyéni tanulással (e-learning segítségével) való elsajátítását. Egyik legfontosabb szolgáltatása a folyamatban betöltött szerepek világos megjelenítése és azok között a váltás megkönnyítése: például egy vezető egyszerre lehet értékelő és értékelt, továbbá értékelt munkatársa

vagy beosztottjai esetében jóváhagyó. „Ne kész folyamatot vásároljanak, és próbáljanak meg adaptálni, hanem a vállalatuk tényleges szükségleteiből kiindulva, lehetőség szerint belső erőforrással, az érdekeltek bevonásával alakítsák ki teljesítménymenedzsment-rendszerüket" – tanácsolja kollégáinak és más cégek kompetens vezetőinek a Sara Lee szakembere. A bevezetés során világossá kell tenni, hogy elsősorban nem HR-eszközről van szó: ez a vezetők és a munkatársak eredményes munkáját segíti. Nagy László a rendszer kidolgozottságánál fontosabbnak tartja a hiteles működtetését. Tapasztalata szerint az egyszerű eszközök következetes, minden érintett számára átlátható és kiszámítható alkalmazása sokkal többet ér, mint akármilyen jó, de hitelét vesztett eljárás. Széles körben használ intranetes és internetes megoldásokat a HR-területen belül a Visteon Hungary is, elsősorban információk, eljárások továbbítására, megismerésére, illetve információközlésre. „A toborzáshoz Európában használatos, nemzetközi rendszert alkalmazunk, amelyen keresztül minden létesítmény elérhető" – mondja *Erdei Sándor,* a Visteon humánpolitikai vezetője. „A munkaidő-nyilvántartás jelenleg Alba-specifikus, vagyis csak itt, Magyarországon, a székesfehérvári vállalatnál használják, de jövőre várhatóan az is nemzetközi, közös rendszerré válik."

Középpontban a szervezeti kultúra

A szakemberek véleménye megoszlik, hogy melyik a jobb: a vállalaton belüli, saját fejlesztésű rendszerek alkalmazása vagy a külső fejlesztő által hozott szoftverek, amelyek valamelyest szintén testre szabhatók.
Angyal Gábor, a Nexon kereskedelmi igazgatója szerint akár vásárolt szoftverekről, akár vállalaton belül fejlesztett megoldásokról legyen is szó, a humáninformatikai megoldások alkalmazása mindenképp kultúraformáló. Ha a kész rendszer a cég kultúrájának szerves részévé válik, akkor nagyon gyorsan megtérül a befektetés. Így általában érdemes nem a belső erőforrásokat leterhelni a megoldások kitalálásával és bevezetésével, hanem azt fejlesztőcégre bízni. A Nexon közel 15 éve kínál humánügyviteli megoldásokat, s magyar vállalatként jól ismeri a hazai sajátosságokat, az itthoni emberierőforrás-gaz-

dálkodás kihívásait. *Ocskay Szilárd,* a cég ügyvezetője úgy látja, hogy nagyon sok vállalat, intézmény, illetve gazdasági társaság él azzal a lehetőséggel, hogy bér- és táppénzszámfejtési, személyzeti és munkaügyi tevékenységét informatikai megoldással tegye gyorsabbá, hatékonyabbá. A szakember elmondta: nexonBÉR nevű programjuk önállóan, illetve más, egységes ügyviteli rendszerek részeként is üzemeltethető. Ocskay Szilárd úgy látja, hogy a hazai HR-szakemberek többsége nyitott az új humáninformatikai megoldásokra, így nexonHR elnevezésű rendszerük népszerűsége is nő. Ez a program a humánerőforrás-gazdálkodás szinte minden területén alkalmazható, a toborzástól kezdve a szervezeti analízisen át a karriertervezésig, de a vállalati képzések, fejlesztések is koordinálhatók vele. A rendszer a munkavállalói adatok tárolása és karbantartása mellett a munkavállalói erősségek és fejlesztési szükségletek figyelemmel kíséréséhez is segítséget nyújt, valamint az utódok kiválasztásához és a teljesítménymenedzsment kihívásaihoz is hasznos eszközt kínál. Ha a szakma véleménye a vásárolt és a saját fejlesztésű szoftverek, informatikai megoldások tekintetében el is tér, abban mindenképpen megegyezik, hogy egyre kevésbé lehet a korszerű humánerőforrás-gazdálkodást speciális szoftvertámogatás nélkül elképzelni.
Míg például az állásinterjúk, illetve a karriertervezési beszélgetések, személyiségfejlesztő vagy vezetői tréningek hagyományos módon zajlanak, addig óriási segítséget jelenthet, ha ezek dokumentálása már elektronikusan történik. Mivel a HR egyes területein keletkező alapinformációk – a munkavállalók adatai – azonosak, az ott használt szoftverek integráltsága nagyban megkönnyíti az adminisztrációt.

Az SMC víziója a vezeték nélküli hálózatokról

A kis- és középvállalkozások, valamint az otthoni felhasználók számára készült hálózati megoldások vezető szolgáltatója, az SMC Networks több mint 30 éves tapasztalattal rendelkezik a hálózatépítés területén. Az Accton Technologies Corporation százszázalékos tulajdonú leányvállalataként az SMC logisztikai, értékesítési és marketing-szakismereteit egyesíti az Accton áramkörök tervezésében és gyártásoptimalizálásban szerzett tapasztalataival. Erre alapozva négy kiemelt piaci szegmensben kínál hálózati megoldásokat: a kis- és középvállalkozások, az otthoni hálózatok, az internetszolgáltatók, valamint a vendéglátóipar (szállodák, tengerjáró hajók stb.) számára. Patrick Lelorieux-t, *az SMC Networks Amerikáért, Európáért, Afrikáért és Japánért felelős vezető tisztviselőjét az SMC piaci törekvéseiről és a vezeték nélküli technológián alapuló új szolgáltatásairól, termékeiről kérdeztük.*

– Mit remélnek a magyar piactól?

– Az SMC igen sokat vár a magyar piactól. Meggyőződésünk, hogy miután Magyarország májusban csatlakozott az EU-hoz, még tovább tudjuk javítani növekedési kilátásainkat a LAN-piacon. Hagyományosan minden olyan ország, amely segítséget kap az Európai Közösségtől, szívesen felgyorsítja a távközlési infrastruktúra fejlesztését, és a legmodernebb technikákat szeretné telepíteni annak érdekében, hogy versenyképes legyen, sőt időnként meg is előzi a többi európai országot. Abban is hiszünk, hogy a KKV- és ISP-piac jelentősen növekedni fog, amint a vállalkozások is bővülnek, és lehetséges piacuk határai is jelentősen kitágulnak.

– A vezeték nélküli megoldás az uralkodó irányzat mind a vállalati, mind a háztartási szektorban. Cégük milyen termékekkel, szolgáltatásokkal segíti a vezeték nélküliség elterjedését?

– Meggyőződésünk, hogy a vezeték nélküli technológia átvétele minden környezetben egyre általánosabbá válik, úgy a vállalkozások, mint az otthoni felhasználók között. A vállalati szférában ma a vezeték nélküli technológia kitűnő kiegészítője a már meglévő kábeles infrastruktúrának. A 140 Mbps átviteli sebességet is elérő teljesítménnyel a sávszélesség ma már bármilyen felhasználás futtatásához elegendő a vezeték nélküli hálózaton.

Az otthonokban a vezeték nélküli hálózat de facto szabvánnyá vált; ma már

szokásos elvárás két PC összekapcsolhatósága egymással vagy egy nyomtatóval, illetve külső, megosztott hozzáférés biztosítása széles sávú Wi-Fi csatlakozással. A valóság azonban az, hogy miután a felhasználó kiépítette otthoni hálózatát, rendszerint rájön, hogy a Wi-Fi sokkal többet tud, mint amire eredetileg gondolt. Például ha egyszerűen csatlakoztatunk egy Wi-Fi kamerát, ezzel hálózatunkat a házunkat védő biztonsági eszközként használhatjuk azáltal, hogy egy esetleges behatolást rögzíteni tudunk PC-nken vagy ADSL-csatlakozáson keresztül egy másik számítógépen. Az ADSL-router fel tudja hívni GPRS-telefonunkat, és a mobilunkon keresztül valós időben tudjuk nyomon követni, hogy mi történik a házunkban.

– Milyen új otthoni szórakozási lehetőségekkel gazdagodunk a közeljövőben?

– Egyre inkább valósággá válik az otthoni vezeték nélküli szórakoztatóhálózatok kiépítése. Például az EZ Stream vezeték nélküli multimédia-vevőberendezés lehetővé teszi, hogy személyes multimédiás felvételeinket a tévénken vagy a hifitornyunkon nézzük, illetve hallgassuk meg, s hamarosan a DIVx és DVD lehetősége is rendelkezésre fog állni.

A vezeték nélküli telefon szintén használni fogja a Wi-Fi infrastruktúrát. Egy Wi-Fi ADSL-router segítségével csatlakoztatni tudjuk Wi-Fi telefonunkat, és bárhová telefonálhatunk vele, rendkívül versenyképes áron.

Az SMC elképzelése a digitális otthonról az, hogy a Wi-Fi technológia a közeljövőben összekapcsolja a már létező otthoni hálózatokat, azaz a PC-t, a mobiltelefont, a riasztórendszert, a szórakoztatóelektronikát és így tovább.

Érett rendszerek beérő piacokon

Az LLP-t 1992-ben alapította Prágában Adam Bager. *Ma a cég 7 környező országban – köztük 1996 óta hazánkban is – rendelkezik képviselettel, de 130 munkatársa a világ 50 országában több mint 300 ügyfélnél implementált már informatikai megoldásokat. A forgalmazott termékek közé tartozik a SunSystems vállalatirányítási rendszere, az LLP saját PSA-megoldása, a time@work, a Pivotal CRM-rendszere, a Fourth Shift MRP-rendszer, az MIS üzletiintelligencia-megoldás, valamint legújabban a Microsoft Business Solutions–Navision és a Microsoft Business Solutions–Axapta. A cég referenciái között szerepel a Johnson & Johnson, a Shell Gas (LPG), a Marriott Hotels és a GlaxoSmithKline, vagy említhetjük a KPMG-t, a hazai vállalatok közül pedig a KFKI-t, illetve az Anda Presentet.* Barbara Dreskával, *a cég ügyvezetőjével és a budapesti leányvállalat vezetőjével az ERP- és a CRM-piac alakulásáról, valamint az LLP eredményeiről, terveiről beszélgettünk.*

SZÉLL ANDRÁS

– Hogyan alakult az idei év az LLP számára?

– Tavaly elkezdtük bővíteni portfóliónkat, így mára széles ERP-kínálattal rendelkezünk. Először is itt van a SunSystems, amely kezdettől fogva az alaptevékenységünkhöz tartozik. 2003-ban kezdtük el a Microsoft Business Solutions vállalatirányítási rendszerek, az Axapta és a Navision forgalmazását, s ma már ez az egyik leggyorsabban fejlődő üzletágunk. Az év első néhány hónapjában elindítottunk több CRM-projektet, tehát a Pivotal is jól startolt. Folyamatosan keresünk új kollégákat, tanácsadókat, értékesítőket és fejlesztőket, ami pedig a pénzügyi helyzetet illeti, úgy tűnik, hogy teljesíteni fogjuk a kitűzött célokat.

– Melyik üzletáguk volt a legsikeresebb az elmúlt hat hónapban?

– Abban a szerencsés helyzetben vagyunk, hogy minden egyes üzletágunk jobban teljesít ma, mint egy évvel ezelőtt. A Pivotal-projekteket már említettem, és idén három új Axapta-ügyfelünk is lett. Több, még tavaly elindított Navision-projektet zártunk le az elmúlt néhány hónapban, és újabbakat is elkezdtünk. A SunSystems megoldást illetően pedig nagy nemzetközi munkáink vannak folyamatban, munkatársaink az Egyesült Államoktól Srí Lankáig sok országban dolgoznak.

– Az egyes termékek mekkora részt képviselnek portfóliójukban, és ez hogyan változott az elmúlt néhány évben?

– Két évvel ezelőtt a SunSystemsszel kapcsolatos munkáink adták bevételeink 90 százalékát. Ma ez a rész lecsökkent kb. 70 százalékra, mialatt az MBS-termékek már 25 százalékot képviselnek. A maradék 5 százalékot a Pivotal, az MIS nevű üzletiintelligencia-alkalmazás és egyéb, a portfóliónkba tartozó termékek forgalmazása adja.

– Úgy tűnik, hogy az LLP valamiféle stratégiai újratervezés keretében belátta: az egy-két évvel ezelőtt forgalmazott termékek – például a SunSystems és a Pivotal – nem elég nagyok ahhoz, hogy biztosítsák a cég jövőjét, és jobban jár, ha egy Microsofthoz hasonló nagyobb gyártó partnerévé válik...

– A SunSystems kapcsán hatalmas nemzetközi projektjeink és olyan referenciáink vannak, mint a GlaxoSmithKline, a Shell Gas (LPG) vagy a Johnson & Johnson. Ez tehát semmilyen értelemben nem számít kicsinek. A Microsoft-szövetség célja inkább az, hogy az ERP-termékek piacán új szegmensekbe hatoljunk be. A SunSystems nagy nemzetközi projektek lebonyolítására, multinacionális vállalatok irányítására alkalmas termék, míg az Axapta a közép-, a Navison pedig a kis- és középméretű vállalkozásoknak megfelelő vállalatirányítási rendszer. A három különböző rendszer képessé tesz bennünket arra, hogy minden ügyfélnek a megfelelő megoldást kínáljuk. Tehát nem váltásról, hanem bővülésről van szó.

– És mit szeretnének, két-három év múlva mekkora részt képviseljenek portfóliójukban az MBS-termékek?

– Ha csak az ERP-rendszereket tekintjük, és egymáshoz viszonyítjuk őket, akkor szeretnénk, ha 24 hónap múlva

a Navision és az Axapta adná forgalmunk 60 százalékát, 40 százalékot pedig a SunSystems.

– Akkor ez mégis azt jelenti, hogy hátrébb szorul a SunSystems?

– Nem. Arról van szó, hogy az MBS-termékek a piaci életciklusmodell szerint még gyerekcipőben járnak, nemcsak nálunk, hanem világszerte. Így ez a terület robbanásszerű fejlődés előtt áll. A SunSystemsben is vannak lehetőségek, főként a nagy, globális projektek területén. Folyamatosan keressük ezeket, és folytatjuk a rendszer forgalmazását, támogatását. Azonban ez nem az a termék, amellyel meg szeretnénk célozni például a helyi piacot. Nagy, nemzetközi vállalatoknak való, amelyek igen mélyen kívánják elemezni a különböző adatokat, illetve minden részletre kiterjedően szeretnék megvizsgálni a költségcsökkentések lehetőségét, s mindezek mellett elfogadják a szabványos kezelőfelületet. A Navision ezzel szemben számos lokális verzióban érhető el, és a különböző iparágak számára is sok testre szabott megoldás létezik. Mindemellett a multinacionális nagyvállalatok már megvásárolták, kialakították vállalatirányítási rendszereiket, a kis- és középvállalatok közül azonban sokan még nem. Így ez utóbbi szegmens jelentős fejlődés előtt áll, ami az Európai Unióból beáramló támogatásoknak köszönhetően Magyarországon még erőteljesebb lehet.

– Mit gondol az önálló CRM-megoldások és a nagy ERP-rendszerek CRM-moduljainak harcáról? Mikor melyiket érdemes választania az ügyfélnek?

– Ha valaki tökéletesen integrált megoldást szeretne, az ügyfélkapcsolatok menedzselését támogató néhány funkcióval, akkor neki az ERP-rendszerek CRM-moduljai tökéletesen megfelelnek.
A Navision például igen jó telesales-kampánytámogatással rendelkezik, az Axapta pedig jól támogatja általánosságban a marketinget. Ha tehát az ügyfélnek arra van szüksége, hogy a vevőivel érintkezési pontokat hozzon létre egy teljesen integrált rendszerben, akkor ezek a modulok megfelelő megoldást jelentenek. Ha azonban valaki a legjobb CRM-megoldást keresi, ha minden területen – például az ügyfelek, a beszállítók és a marketingtevékenység menedzselésében – arra fókuszál, amit a CRM-funkcionalitás valóban jelent, akkor jobban körül kell néznie a piacon, mert lehet, hogy egy önálló CRM-rendszer megfelelőbb a számára.
Amikor egy ügyfél szeretné eldönteni, melyik rendszert válassza, mindig megkérjük, hogy sorolja fel, milyen funkcionalitást vár el tőle. Meg kell határoznia, hogy milyen tevékenységeket szeretne támogatni. Ha üzleti stratégiájában középpontban áll az ügyfélkapcsolatok menedzselése, és így a felsorolt funkciók, támogatni kívánt tevékenységek is széles körűek – a beszállítókkal való kapcsolattartástól a directmail-kampányok szervezéséig –, akkor egy CRM-rendszer lehet a megfelelő számára, amit a beszállító képes integrálni a vállalatirányítási rendszerével.
Más vállalatok azért választanak független CRM-rendszert, hogy ne legyenek kiszolgáltatva egyetlen gyártónak. Ha minden funkciót egyazon termék különböző moduljaival fedek le, és valami hiba csúszik a gépezetbe, akkor sok minden rosszul sülhet el.

– El kell ismerni, hogy a független CRM-szoftverek több mindent tudnak az ügyfélkapcsolatok menedzseléséről, mint az ERP-rendszerek moduljai. Ebben szerepet játszik

a gyártók piaci ismerete, tapasztalata s persze a fókuszpont, valamint az idő is. Ezzel együtt elmondhatjuk: csak idő kérdése, hogy a nagy ERP-rendszerek gyártói a CRM-modulokat minden olyan funkcióval és szolgáltatással felvértezzék, amellyel a független CRM-szoftverek rendelkeznek. Vajon akkor ez utóbbiak talpon tudnak majd maradni?

– A szoftverfejlesztés nem egyszerű dolog. Ebben az iparágban nem igazán lehetséges néhány hónap alatt kifejleszteni egy komplett, számos funkcióval rendelkező rendszert. És az integráltság nem csupán szlogen, hanem alapvető dolgokat jelent: például egy adat megváltoztatásakor annak az egész rendszerben mindenhol meg kell változnia. Ha az Excel segítségével elemzem a vállalatom, és 20 különböző kimutatás használja ugyanazt a kalkulációt, amelyet meg szeretnék változtatni, akkor azt mind a 20 kimutatásban egyenként kell módosítanom. Ha kifelejtek egy kimutatást, rossz eredményekhez jutok. Egy integrált rendszer segítségével egyetlen helyen kell megváltoztatnom a kalkulációt, és az rögtön megváltozik a rendszer minden egyes kimutatásában. Amikor tehát valamelyik nagy ERP-gyártó felvásárlással megszerzi a CRM-modulja fejlesztéséhez szükséges tudást, akkor még nagyon sokat kell tennie annak érdekében, hogy a rendszer tökéletesen integrált legyen. Ez pedig hosszabb időt vesz igénybe.
És ezek után megint visszajutunk oda, hogy mit szeretnének az ügyfelek a CRM-rendszerektől. Mi áll a fókuszban? Szeretnének egy teljes ERP-rendszert vásárolni, vagy éppen már meglévő ERP-rendszerük mellé keresik a létező legjobb CRM-megoldást? Összegezve: úgy gondolom, hogy a független CRM-rendszerek nem fognak eltűnni a piacról.

– Hogyan jellemezhető a CRM-piac jelenlegi helyzete?

– A vállalatoknak évekre van szükségük, hogy felismerjék: van értelme olyan szoftverekbe beruházni, amelyek közvetlen módon képesek emelni a szolgáltatások színvonalát. Mutathatunk sok megtérülési tanulmányt, számszerűsítve az elérhető előnyöket, de minden a vállalatok filozófiáján és stratégiáján múlik. Ha majd élesedik a verseny, és nagyobb lesz a vállalatok ügyfeleik iránti érdeklődése, ha majd rájönnek, hogy az ügyfelekre való odafigyelés versenyelőnyt jelent számukra, akkor élénkebb lesz ez a piac. Idén egyébként már nagyobb érdeklődést tapasztalunk a CRM-rendszerek iránt, ami persze nem feltétlenül jelenti azt, hogy az érdeklődők vásárolnak is. Nagy-Britanniában viszont kisebb piaci robbanásnak lehetünk tanúi, a szállítók erőforráshiánnyal küzdve alig tudják teljesíteni a CRM-megrendeléseket.

– Végül beszéljünk egy másik termékükről: milyen a time@work piaca?

– A time@work szellemi atyja cégünk elnöke, *Adam Bager.* Ez egy PSA (Professional Services Automation) megoldás, amely a professzionális szolgáltató szervezetek folyamatait támogatja. Olyan ügyfeleink vannak, mint a Lloyd's, a világ legnagyobb biztosítóintézete. Magyarországon is rendelkezünk néhány ügyféllel, azonban azt kell mondanom, hogy ez a piac még nem érett meg az ilyen alkalmazásokra. Magyarországon az emberek Excel-táblákat, post-it cetliket, illetve másokat használnak arra, hogy menedzseljék a munkájukat. Annak ellenére igaz ez, hogy a time@workhöz hasonló rendszerek esetében a legegyszerűbb kimutatni a megtérülést, mivel ezek az idő menedzselését könnyítik meg, és növelik a számlázás hatékonyságát.

Projektmenedzsment elméletben és gyakorlatban

Az új gazdaság kialakulása a napi rutintevékenységeken túl mind gyakrabban gigantikus eseti vagy legalábbis a szokottnál komplexebb programok megvalósítását igényli a piaci szereplőktől – és mint a későbbiekben látni fogjuk, ez nemcsak az üzleti vállalkozásokat érinti. S ha már projektek indulnak, akkor nyilvánvaló, hogy azokat menedzselni kell. Így az sem meglepő, hogy a Hírközlési és Informatikai Tudományos Egyesület (HTE) idén április végén immár hetedszer rendezte meg a Távközlési és Informatikai Projekt Menedzsment Fórumot. Idei összeállításunk érdekessége a szervezők azon szándékából fakad, hogy a gazdaság különböző ágazatainak, tehát korántsem csak az IT-szektornak a gyakorlatát megismerjék a résztvevők – és oldalainkon keresztül az olvasók.

GALVÁCS LÁSZLÓ

Lapunkban nehezen tudunk elszakadni az IT világától, s a fórum szervezőbizottságának elnöke, *Prónay Gábor* is azzal érvelt a tanácskozáson, hogy az infokommunikációs technológiára épülő komplex üzleti megoldások (és manapság mi nem épül az ICT-re?) megtervezése és megvalósítása csaknem valamennyi iparág vállalatainak aktuális problémája. „Az üzleti folyamatok automatizálása fontos összetevője a hatékony gazdálkodásnak és a versenyképességnek” – jelentette ki, majd hozzátette: „a megvalósítandó megoldások stratégiai jelentősége és bonyolultsága miatt a projektmenedzsment mint módszertan alkalmazása nélkülözhetetlen.” Az infokommunikációs megoldási projektek globális követelményei különböző iparági munkakultúrákban más-más projektmenedzsment-eljárások, -módszerek és -eszközök felhasználásával elégíthetők ki a leghatékonyabban.

Az IT-szektor szereplőinek nevével ebben a szakmában is gyakrabban találkozunk, egyrészt, mert maguk is élenjárnak az új módszerek alkalmazásában, így a projektek végrehajtásában, másrészt beszállítóként, mert a projektek jelentős része eleve igényli az informatikai eszközöket, sőt néha nem is csak eszköz, hanem éppen a cél az IT-környezet kialakítása. Azonban – és erre a fórum is rávilágított – rengeteg projektben csu-

Nemzetközi projektek

A nemzetközi projektek számos különlegességet mutatnak, azon túl is, hogy a projekttagok több kultúrához tartoznak, az együttműködő cégeket több országból delegálják, és ez a kapcsolat korántsem csupán konzultációra korlátozódik. *Schőnekker Gábor*, a Daten-Kontor szakértője szerint ezeket a projekteket indokolja a speciális szaktudás igénye, az, ha a marketingcélokhoz nemzetközi szakértőkre van szükség, esetleg helyi szakember nem áll rendelkezésre, sőt néha a költségmegtakarítás is erre inspirálja a közreműködőket. Ugyanakkor előrelátó (pesszimista) tervezésre van szükség, különösen a nagyobb kockázatok figyelembevételére, mert a csúszások négyzetesen hatnak vissza a teljes projektre, a költségek pedig könnyen a magasba szökhetnek.

Hangsúlyos szerepet kap az emberi erőforrás menedzsmentje, hiszen komolyabb elvárásokat kell támasztani a projektmenedzserrel és a tagokkal szemben. Követelmény a kommunikációs készség, a nyelvtudás, a rugalmasság, a tolerancia, a türelem és általában a jobb képességek. Ezek a projektek komolyabb koordinációval járnak, megnő a személyes igények súlya, továbbá a projektmenedzser politikai szerepe az erőforrások elérésében.

A nemzetközi projektek hátrányai között szokták említeni a kommunikációs problémákat, a kontroll nehézkességét, a nagyobb költséget és kockázatot. Jellemzően több energiát igényel a koordináció, nagyok az elvárások az ügyféllel szemben, nehézkes a tesztelés, problémákkal járhat a bevezetés, és akár kulturális sokk is megjelenhet.

Ugyanakkor több szempontból mégis előnyösek az országhatárokon átívelő együttműködések. A lehető legjobb erőforrások érhetők el, a projekteket gazdagíthatja a kulturális szinergia, a szerződéskötés után jellemző a politikamentesség, hatékonyan és többet dolgoznak az emberek, s működnek bizonyos, a minőségi tervezést és menedzsmentet „kikényszerítő” erők.

pán érintőlegesen szerepel az infokommunikáció, a cél ennél sokkal általánosabb vagy speciálisabb.

Alkalmazkodás a túlélésért

A vitafórum elnevezés ellenére abban teljes az egyetértés, hogy a gazdasági környezet és a technológiai fejlődés állandó változásra, változtatásra készteti a vállalatokat és intézményeket, annak érdekében, hogy ügyfeleik igényeit minél magasabb színvonalon elégítsék ki, és versenyelőnyt szerezzenek. Az alkalmazkodás pedig komplex, stratégiai megfontolásokat igényel a menedzsment részéről. Ugyanakkor sokféle szaktudású szervezeti egységek együttműködését igénylő, összetett feladatok elkötelezett megvalósítása projektmenedzsment nélkül nehezen képzelhető el.
A projektszerű munkavégzés bevezetésénél lényeges kérdés, hogy egyáltalán mit tekintsünk projektnek. *Pap Gyula,* az OTP Bank vezérigazgató-helyettese a náluk futó projekteket kategorizálta tartalmuk szerint, de nyugodtan hozzátehetjük, hogy a következő négy csoport bármilyen profilú intézménynél előfordulhat.

Az üzleti projektek rendszerint valamilyen ügyféligény kielégítésére indulnak, céljuk lehet új szolgáltatás vagy profil meghonosítása, az ügyfél-elégedettség növelése, a kiszolgálás hatékonyságának fokozása stb. Bár rendszerint ezekben is szerepe lehet az informatikának, a bankszakember külön kategóriába sorolja az IT-projekteket, amelyek fő célja az infrastruktúra fejlesztése. Ezek elfogadtatását megnehezítheti, ha az üzleti vezetők úgy érzékelik, hogy több százmillió forintot kell olyan dologra kiadniuk, aminek számukra nincs „kézzelfogható" haszna. Egyértelműbbnek látszanak (talán mert régebb óta léteznek) az építészeti, ingatlanberuházási projektek. Ennél újabb keletűek, sőt az utóbbi évtizedekben népszerűek az úgynevezett racionalizálási projektek. A divaton túl elfogadott indok és alapvető érdek is, hogy a szervezet a leghatékonyabban használja fel a rendelkezésére álló erőforrásokat. Itt érezhető legerősebben az emberi tényező, hiszen minden ilyen projekt eredménye jelentős változást hoz. Persze nemcsak tartalom szerint lehet csoportosítani a projekteket, hanem például méretük – szervezeti, földrajzi kiterjedtség, illetve a résztvevők száma – alapján vagy akár stratégiai fontosságuk szerint is. A legalapvetőbb különbséget *Pásztory Tamás,* a Matáv vezérigazgató-helyettese a projekt jellegéből vezeti le. Szerinte létezik jól definiálható, időben, ráfordításban, elérendő, mérhető célokban megfogható, ún. „kemény" projekt (például informatikai fejlesztés, új eljárás – mint a CRM – bevezetése), illetve természeténél fogva nehezen, csak közvetett eszközökkel mérhető, „lágy" projekt (például szervezetfejlesztés, kultúraváltás). Kiterjedtségüket tekintve teljesen új kategóriát alkotnak (bár az előző csoportosításból is bármelyik ide tartozhat) a nemzetközi projektek, amelyek egyáltalán nem szokatlanok a globalizáció és a multinacionális vállalatok korában.

Homo projecticus

Ezt a kifejezést *Pálvölgyi Lajostól,* az Interprojekt Kft. ügyvezetőjétől vettük kölcsön, aki arról beszélt, hogyan lehet kezelni a komplexitást a többsíkú világban.
A projektvezetési kompetenciákról adott instrukciói témánk szempontjából azért is fontosak, mert nyilvánvalóan jelentős különbségek fedezhetők fel a hagyományos, funkcionális szervezetek és vezetőik, illet-

ve a projektmenedzserek között.
Kezdjük az előbbiekkel: mit tehet egy funkcionális vezető a projekt sikeréért? Pásztory szerint alkalmas projektkörnyezetet biztosít, megfelelő vállalati kultúrát alakít ki. Ha ez túl általánosnak tűnik, nézzük a részleteket: szabályozott tervezési folyamat betartását írja elő, gondoskodik a folyamatos kontrollról, képzéssel, szakember- és tudásbázis-nyilvántartással megteremti a személyi feltételeket, az utóellenőrzések, elemzések tanulságait folyamatosan beépíti a szabályozásba, valamint motivációs eszközöket tart fenn. Az említett, gyors döntésekre alkalmas projektkörnyezet érdekében különösen fontos a projektirányító bizottság összetételének gondos megválasztása.
S hogyan működjön az alkalomra verbuvált csapat? A változatosság kedvéért most egy gyógyszergyár, a Richter Gedeon Rt. igazgatóját, *Szűcs Vincét* idézzük. A projektek – mint mondja – a vállalati hierarchia szervezetéből nőnek ki. A teamekbe a feladatokban érintett szervezetek delegálják saját tagjaikat, így az érintett szervezetek vezetőiből kézenfekvő módon létrejön a projektfelügyelő bizottság, amely a munka stratégiai irányításáért felel. Persze lehet, hogy nem mindenütt és mindig ilyen automatikus a szerveződés, de az biztos (vagy legalábbis követelmény lenne), hogy a nagy és összetett projekteket általában tapasztalt és kellő módszertani ismeretekkel rendelkező vezetők irányítják.
Dolguk nem könnyű, felelősségük nagy, és a velük szemben támasztott követelmények magasak. Íme, néhány Pálvölgyi Lajos listájáról: a „homo projecticus" tervet készít, erőforrásokat menedzsel, alvállalkozókat irányít, érdekérvényesítő tárgyalásokat folytat, idegen nyelvet beszél, beosztottjainak száma tucatnyitól akár százig is terjedhet.
A szakma presztízse, a projektvezetők rangja, teljesítménye sokat fejlődött az elmúlt évtizedekben, s mindezt ma már nemzetközi standardok minősítik. *Szalay Imre,* a Project Management Institute (PMI) magyar tagozatának elnöke arról számolt be, hogy a szakembereknek a folyamatos képzés és minőség biztosítására hároméves ciklusokban meg kell újítaniuk nemzetközi PMP (Project Management Professional) minősítésüket.
Egy másik szervezet, az International Project Management Association (IPMA) szigorú vizsgakövetelmények teljesítése után adja meg a lehetséges négy szintnek megfelelő címeket. A fenti összesítésből kiderül, hogy számuk Magyarországon egyelőre nem túl magas.

IPMA-projektszakemberek Magyarországon

Szint	Megnevezés	Sikeres vizsgázók száma	2004-ben várható vizsgázói létszám
A	projektigazgató	4	5
B	projektmenedzser	8	10
C	projektszakértő	8	10
D	projektkoordinátor	10	20
Összesen		**30**	**45**

A siker záloga

A siker relatív fogalom, különösen, ha szó szerint „mérhetetlen" dolgokat művel egy projekt. Szigorúan véve az a projekt sikeres – fogalmaz korrektül a Matáv humánágazati szakembere –, amelyik eléri kitűzött célját a tervezett ráfordításkereteken belül, a tervezett időre, és mindezt úgy, hogy sem a projekt menete során, sem a befejezését követően tágabb környezetében nem kelt kezelhetetlen zavarokat. (A zavarokról, pontosabban az esetleges változások menedzseléséről lásd Változások és alkalmazkodások című cikkünket a 70. oldalon.)
A siker azonban tágabban, a mérhető dolgok horizontján túl is értelmezhető. Jövőbeni sikernek számít, ha a projekt eredményeként a cég elsajátít egy új technológiát, megszerez egy ma esetleg még nem „termelő", új piacot, növeli a társadalmi hasznosságot. Már-már a mérhető kategóriába csúszik át az olyan eredmény, amelynek hatására megoldódik az ügyfél problémája, növekszik a felhasználó elégedettsége, esetleg egy-egy termék használati értéke. De befelé fordulva is találhatunk erényeket: például ha nő a befektetői, munkatársi elégedettség.
Az üzleti életben egy hosszabb lefutású projektnél előfordulhat, hogy menet közben újabb, a tervezésnél, a célmeghatározásnál még nem látott (esetleg még nem is létező) szempontok merülnek fel. Ekkor nyilvánvalóan be kell avatkozni, esetleg a projekt eredeti célját, terjedelmét, erőforrásait újra meg kell fogalmazni. A korábbi szigorú definíció szerint tekinthető-e egy ilyen projekt sikeresnek? Talán nem, de miként Pásztory Tamás fogalmaz: „az a gazdasági szereplő, amely ilyen, menet közbeni váltásra nem képes, bizonyosan nem lesz sikeres".
A hosszú távú projektekre jó példa az autópálya-építés. *Gilyén Péter* a Betonút Rt.-től arra hívja fel a figyelmet, hogy egyes projektekhez kötődhet (a szerződések rendszerén keresztül) meghatározott ideig tartó (akár 20-30 évig) üzemeltetés és fenntartás is. A Design-Build-Operate-Transfer (DBOT) típusú projektkezelést leginkább az érdekek, kockázatok és költségek harmonikus eloszlása indokolja. Az „úttörő" szakember arra következtet, hogy megéri többet költeni a minőségi előkészítésre, mert később annak a többszöröse takarítható meg. A gyengébb színvonalú előkészítettség magasabb kockázati szinteket definiál, és ez jelentős árnövelő hatással jár. A sok bizonytalanság által befolyásolt projekt még inkább meghálálja (a megbízónál és a vállalkozónál egyaránt) a minőségi projektirányítást. Az előkészítés során ugyanakkor nagyon nehéz a résztvevők, közreműködők teljesít-

A megoldás definiálása érték

Ha önmagában nehezen érthető a „képlékeny definíció” fogalma, akkor példaként segítségül hívhatjuk a contactcenter- vagy a CRM-projekteket. *Balázsi Zoltán,* az Avaya szakértője szerint akkor használjuk ezt a kifejezést, ha a megoldás nem definiálható pontosan, az igények nem határozottak, a megoldás mélyen integrálódik a szervezetbe, számos integrációs pont található, több, valamilyen módon összefüggő projekt fut párhuzamosan, továbbá a piac még nem érett egy alkalmazásra. Ilyenkor problémát okozhat a célok és a képlékeny definíció ellentmondása.

Egy definiált projektnél a projektmenedzsment hangsúlyos tudásterületei közé az idő, az erőforrás és a költség, illetve a minőség tartozik. Például egy telefonos ügyfélszolgálati rendszer lehetőségeit már a vevők is megismerték, és a szállítói oldalon is hatalmas tapasztalat halmozódott fel. Ilyenkor a felek kevés kockázati elemet hoznak egy-egy projektbe, így többnyire ennek a három tudásterületnek az alkalmazása elegendő a megvalósítás és a projektmenedzsment sikeréhez.

A megoldás jellegű definíciónál a hatáskör és az integráció a hangsúlyos terület. Az ellenpélda szerint itt fókuszba kerül az ügyfél, az ő üzlete és azon célja, hogy a contact center segítségével versenyelőnyre tegyen szert. A projektmenedzser szeme előtt a vevővel közös győzelem (win-win situation) elérése lebeg.

A contactcenter- és a CRM-beruházások megvalósítása ma még közel sem olyan sikeres, mint a hagyományos telefonos ügyfélszolgálati rendszereké. A szállító és a vevő is olyan területre lép, amelyet kevésbé ismer. A nem eléggé körültekintő előkészítés nagy valószínűséggel magában hordozza a sikertelenséget. A megoldás definiálása tehát értéket képvisel.

Az Avaya szakértője két tanáccsal szolgál a vevőnek: ne sajnálja erőforrásait, idejét és pénzét a megoldás definiálására, s azt követően ne tekintse bukásnak a megvalósítás esetleges elvetését.

ményét, a munka minőségét mérni, a „jogos árakat” meghatározni. Az egyszerű árverseny legtöbbször csupán látszólagos megtakarításokat hoz.

A projekt felügyeletét, vezénylését kiszolgáló szoftverek általában megfelelnek a piaci elvárásoknak, azonban az outputok „olvasása” nagy szakmai ismeretet kíván. A számítás ugyanis hiába ad négy tizedes pontosságú eredményt, ha a bemenő adatokban és a peremfeltételekben esetenként nem lehet a hibahatárt 10% alá vinni.

Gilyén Péter fontos „szentenciái” közül az egyik legérdekesebb, hogy az egyes tipikus projektfázisokban ismétlődve a tevékenységek gyorsulnak, a hatásfok javul. Ebből következik, hogy minden fázis elején a teljesítmény elmarad a lehetségestől. Ez az emberi akklimatizáció velejárója, viszont tudatos igyekezettel, jó vezetéssel lerövidíthető a kezdeti „felgyorsulási” időszak. Ebben nagy idő- és rezsimegtakarítási lehetőség rejlik.

Záróra után

Szakmai tanácskozásokon mindenki sikeres projektekről beszél. Pedig tapasztalatból mindenki tudja, hogy a projekt lezárása után tovább folyik (másoknak akkor kezdődik) a munka. És sokszor ekkor jelentkeznek a gondok, a „követelményjegyzék” és a valós folyamatok közötti ellenmondások. Ezek megoldására – esetleg garanciális kötelezettség vagy karbantartás keretében – újabb erőforrásokat kell mozgósítani, ami nem ritkán túllépi a tervezett mértéket.

Gerendás Rudolf, a DSS Consulting projektvezetője szerint az ezekből adódó veszteségeket csökkenteni lehet, ha az ajánlatok összeállításánál – főleg pályázatoknál, amikor fix összeget kell feltüntetni nem teljesen meghatározott feladatok ellenértékeként – jól becsüljük fel a projekt utáni ráfordítási igényeket, és ezt sikerül is érvényesíteni a szerződésben.

A szakember a PSZÁF Komplex Informatikai Rendszer (KIR) bevezetésével kapcsolatos tapasztalatai alapján állítja, hogy bár bizonyos típusú problémákat el lehet kerülni, vannak olyanok, amelyek mindenképpen jelentkeznek a projekt után. Ezekre fel kell készülni, és az ajánlatokban az erőforrások tervezésénél számolni kell velük.

Nagyobb fejlesztőcsapatot igénylő projektnél a rendszer nagysága miatt a tervezők csak a saját maguk által készített részt ismerik. A projekt után azonban szétszélednek, más projekteken és helyszíneken dolgoznak. Az utólag felmerülő javítás érdekében tehát érdemes néhány fős, a rendszert teljes egészében, átfogóan ismerő csapatot felállítani.

Nem minden projektre jellemző, de a nagyobb adatállományokat kezelő, főként kívülről jövő információkat feldolgozó rendszereknél előfordul, hogy az adatbázis nem várt mértékben nő. Ám az is lehet, hogy a használat során a rendszer egyre megbízhatóbbá és a tényleges munkát támogatóvá válik (ami persze nem baj), de ennek következtében egyre több felhasználó veszi igénybe. Emiatt újabb terhelési tesztek válnak szükségessé az esetleges hardverbővítések, szoftverváltoztatások mérlegeléséhez.

Ezeket a példákat Gerendás Rudolf természetesen nem elrettentésül szánja, csak annak érzékeltetéséül, hogy érdemes felderíteni a projektek zárása utáni gondok, munkák gyökereit, hogy számolni lehessen velük, és amennyire lehet, felkészülhessenek az érintettek (projektszakemberek és felhasználók) a megoldásra.

Változások és alkalmazkodások

Amikor egy projekt nem úgy alakul...

A menedzsment korát éljük, legalábbis erre utal, hogy majd minden tevékenység kezelését, irányítását ezzel a szóval jelölik. Az olyan fogalmak sorában, mint a projektmenedzsment, az erőforrás-menedzsment és az innovációmenedzsment, megjelent egy újabb: a változásmenedzsment. Hogy ennek milyen szerepe van a projektek sikerében, arról** Kovács György, **az MVM szakértője szolgált rendkívül figyelemreméltó információkkal egy szakmai tanácskozáson.

GALVÁCS LÁSZLÓ

A szakember szavai szerint: „A jól átgondolt projektmegvalósítás tervszerű folyamataitól való eltérés eredményes menedzselése a projektsiker talán legdöntőbb mozzanata.” Ilyenkor ugyanis a projektmenedzser személyes adottságain, technológiai tudásán, projektvezetési tapasztalatain túlmenően a helyzetfelismerés, az elemzés, a döntéshozatal, valamint a feladatstruktúra- és erőforrás-átkonfigurálás szinte művészi intuíciót kíván meg a vezetőtől.

Lényeges a különbség a kockázatkezelés és a változáskezelés között. A változásmenedzsmentnek ugyanis nem része a kockázatkezeléshez tartozó azon tényezők számbavétele, amelyek bekövetkezése, hatása egzakt módon nem vetíthető előre, de kezelésük – a kiváltó okok számba vehetőségéből adódóan – az esetek jó részében előre programozható megoldások alkalmazását teszi lehetővé. Ezzel szemben a változáskezeléshez a projekt azon eltérései tartoznak, amelyek bekövetkezése előre nem valószínűsíthető, így a fel sem mérhető, vagyis a projektfolyamatok során véletlenszerűen fellépő jelenségeket foglalja magába. Ezek felmérése még becslés szintjén is nehéz, de mivel döntő hatást gyakorolhatnak a projekt kimenetelére, a körültekintő előkészítés ezeket sem hagyhatja figyelmen kívül. A projektmenedzsment tudásanyagára, más projektek tapasztalataira támaszkodva, ütemezésbeli és erőforrás-tartalékok beépítésével váratlanságuk hatása csökkenthető, kezelésük azonban döntő mértékben ad hoc módszereket kíván meg a projekt irányítójától.

Az előre nem látható jelenségekben való eligazodást segíti, ha legalább a fogalmakkal tisztában vagyunk, azokat azonosan értelmezzük.

Kovács György külön-külön definiálja a változásokat, az eltéréseket, a problémákat, a konfliktusokat és a hibákat. Eszerint a *változások* a megvalósítás folyamatában a projekt szűkebb-tágabb környezetében megjelenő, nem tervezett hatások, amelyek aztán tovább tipologizálhatók. A tapasztalatok szerint ilyen a politikai-gazdasági-hatósági-műszaki környezet átalakulása. Jó példa erre a nemzetközi feltételrendszer változása, mondjuk napjainkban éppen az EU-csatlakozás, de ilyen lehet a törvényi szabályozás (akár vámelőírás, akár tűzvédelem) vagy éppenséggel a műszaki környezet változása (például hosszabb projekteknél a hardver- és szoftverfejlődés, a megszűnő támogatás, a távközlési igény növekedése).

A cégen belül is történhetnek nem várt átalakulások, akár a szervezet személyi állományában, akár a műszaki tartalomban. Ide sorolhatók a szállítói-vállalkozói körben bekövetkezett módosulások, például a tulajdonlásban, a szervezetben, a preferenciákban vagy az attitűdben, a túlvállalás a projektek számát illetően, az árkondíciók a módosításoknál vagy a többletigénynél.

Eltérések alatt a projektmegvalósítás azon belső változásait értik, amelyek a projekthez tartozó alapvető dokumentumokban (például beruházási programban, projekttervekben, szerződésekben) rögzítettekhez képest jelentkeznek – mind a megrendelői, mind a szállítói oldalon.

A *problémák* a megvalósítás során váratlanul fellépő operatív, műszaki, szervezési és személyes nehézségek, amelyeket a továbblépés érdekében a projektvezetőnek szintén meg kell oldania. *Konfliktusok* jelentkezhetnek személyek, csoportok és a projektben részt vevő cégek között, amelyek megoldatlansága súlyosabb esetben válsághelyzetet is előidézhet. A *hibák* pedig a tervezési, lebonyolítási, vállalkozói teljesítések során észlelt, a használatot akadályozó, szükségszerűen felszámolandó, kijavítandó, rossz elemek.

A változásmenedzsment mint folyamat két fő fázisra bontható, detektálási és kezelési szakaszra. A MVM projektszakértője ez előbbiekben definiált lehetőségek mindegyékére mutatott példát és megoldási javaslatot, a projektmonitoringtól a tesztelésen át a motivációs eszközökig, amelyekre most hely hiányában nem térünk ki. Inkább befejezésül álljon itt Kovács György konklúziója: a változás és eltérésmenedzsment, probléma- és hibakezelés az eredményes projektmegvalósításnak nem a leglátványosabb, de nélkülözhetetlen, mondhatni döntő eleme, amelynek gyakorlati eredményei – a konzekvenciák levonásával – hozzájárulnak a projektmenedzsment tudományának gyarapodásához, ezen keresztül annak legfontosabb céljához, gyakorlati hasznosulásához.

E-világi üzletek (II.)

Vásárlás a karosszékből

E-kereskedelemmel foglalkozó sorozatunk első részében az e-business megoldások üzleti, kulturális feltételeinek megteremtéséről igyekeztünk képet adni. Mostani cikkünkben a nemzetközi rangsorban elfoglalt helyünket vizsgáljuk meg, és az elektronikus piacterek közül a végfelhasználókat megcélzó internetes kereskedelemre (B2C) koncentrálunk.

FEKETE GIZELLA

Az e-üzletek tekintetében Európában elfoglalt helyünket – a fejlődés irányát is kijelölve – jól példázza a világ 60 legnagyobb gazdaságának „e-readiness” rangsorát nyilvánosságra hozó Economist Intelligence Unit (EIU) 2004-es jelentése, amely az IBM kutatóintézete, az Institute for Business Value közreműködésével készült.

Összhangban az erő

A jelentés szerint az infokommunikáció terén a leggyorsabb fejlődésre a különféle kormányzati és szakmai szervezetek fejlesztési programjait összehangoló, a bevált nemzetközi gyakorlatot alkalmazó országok számíthatnak.
Egy állam e-gazdaságra való felkészültségét – a helyi piac internetes lehetőségeinek kiaknázásával összefüggésben – az elektronikus üzletviteli (e-business) környezet fejlettségi szintje jelzi. Az idei besorolásnál, a korábbiakkal ellentétben, a legtöbb helyen még kevéssé alkalmazott széles sávú technológia elterjedtségét is vizsgálták. Ennek köszönhetően Magyarország 6,22-es pontszámával a korábbi huszonkilencedikről a rangsor harmincadik helyére csúszott vissza.
A helyzet azokban az államokban a legjobb, ahol a kormány összehangolja az ágazati szervezetek, az infokommunikációs szolgáltatók és gyártó cégek, valamint az önkormányzatok programjait más országok fejlesztési tevékenységével, vagyis az e-gazdaságra való felkészülésre a tapasztalatok megosztása a legolcsóbb és leggyorsabb módszer.
Az Európai Unió új tagországaiban – Észtországban (26.), Csehországban (27.), Magyarországon (30.), Szlovéniában (31.), Lettországban (34.), Lengyelországban (36.), Litvániában (38.) és Szlovákiában (39.), valamint a rangsorban nem szereplő Cipruson és Máltán – már most is elég fejlett infrastruktúra és e-business környezet található. Ugyanakkor, ahogy azt más vonatkozásban *Reinhard Büscher,* ez Európai Bizottság Vállalkozási Főigazgatóságának elektronikus kereskedelemért felelős igazgatója megjegyezte, az újonnan csatlakozottak még mindig az infrastruktúra, az internetellátottság és a tartalomszolgáltatások fejlesztésével, valamint a liberalizációval vannak elfoglalva, miközben a tagországok cégei már a hatékonyabb üzletvitel megszervezésére, a költségcsökkentésre fókuszálnak. Az elektronikus kereskedelemnek fontos alapköve az internetelérés, az online értékesítés, ám az e-business alkalmazások hagyományos üzletmenetbe integrálódása ennél is fontosabb, s a frissen csatlakozott államoknak itt is van még mit pótolniuk.
A fejlődő országok közül az internetes működés valamennyi tényezőjét (komplett technikai infrastruktúra, kedvező kormányzati politika, fogékony üzleti és társadalmi környezet) felsorakoztatók állnak legközelebb az e-gazdaság megvalósításához. Ám a proaktív kormányhivatalok és az előrelátó vállalatok – ahogy azt Mexikó (39.) és Románia (50.) elektronikus kormányzati felkészültsége, valamint India (48.), Dél-Afrika (32.) és Bulgária (42.) outsourcing-, illetve szoftverpiacának fejlődése példázza – ezek összessége nélkül is jól hasznosíthatják az internetet szolgáltatási színvonaluk javítására és új üzleti lehetőségek kiaknázására.

> *Kiemelkedő fontosságú az államigazgatási szervek internetes átalakulásának és az online vállalatközi szolgáltatások bevezetésének ösztönzése, valamint az elektronikus üzletvitelt elősegítő nyílt szabványok és irányelvek alkalmazása.*

Régiónk

Az idén EU-tagokká vált országok számíthatnak az EU fejlesztésre szánt alapjaira, és kihasználhatják a fejlettebb Nyugat közelségének előnyeit. Azonban a bátorító jelek ellenére a régióbeli alacsony jövedelemszint, a nem megfelelő infrastruktúra, valamint a konzervatív kormányzati és vállalkozói gyakorlat fékezi az infokommunikációs technológiák terjedését.
Míg a széles sávú internet nem kellő mértékű elterjedtsége az e-fejlődés korlátja, a mobilkommunikáció erősödése annak elősegítője. A térségben növekedik a leggyorsabban a mobiltelefonra előfizetők száma. Csehországban a mobil elterjedtsége 84 százalékos, Magyarországon pedig 74 százalékos. Kelet-Európában összességében 50 százalékkal több a mobilkészülék, mint a vezetékes telefon. A sikert egyértelműen az éles versenyhelyzet miatt olcsó tarifáknak tulajdonítják a kutatók.
A térségben az e-kereskedelem lassan, az e-banking viszont gyorsan fejlődik, a hazai bankok mintegy fele – a nagyok mindegyike – kínál e-banki szolgáltatást. A továbblépéshez elsőrendű feladat a biztonság garantálása, illetve a bizalomhiány leküzdése.

Támogató kormány

A hazai e-gazdaság élénkítéséhez *Gögge Péter,* az IBM kormányzatiszektor-üzletágának közép-kelet-európai vezetője szerint a magyar kormány többféleképpen is hozzájárulhat. Ezek közül kiemelkedő fontosságú az államigazgatási szervek internetes átalakulásának és az online vállalatközi szolgáltatások bevezetésének ösztönzése, valamint az elektronikus üzletvitelt elősegítő nyílt szabványok és irányelvek alkalmazása.
Kovács Kálmán informatikai miniszter a széles sávú internet elterjedésében látja a jövő zálogát. Úgy véli: ahogy a vezetékes telefónia több évtizedes lemaradása jót tett a mobilüzletág fellendülésének, úgy az alacsony kihasználtságú és árát tekintve sem kedvező dial-up

hozzáférés is melegágyául szolgálhat a széles sávú internetszolgáltatás gyors terjedésének. Ezt támasztja alá ez utóbbi előfizetéseinek gyarapodása, aminek üteme hazánkban a tavalyi EU-s értékeket is meghaladja. A B2C terjedéséhez a végfelhasználók számának drasztikus növekedésére lenne szükség, amihez az árak csökkentése mellett az internetkultúra megismertetése, terjesztése szintén fontos. A hazai kis települések nagyon alacsony, két százalék alatti internetpenetrációjának növelését is célzó e-Magyarország pontok – amelyekből év végére várhatóan 2400 valósul meg – a túlnyomórészt ingyenes, kis százalékban pedig alacsony, körülbelül 100 forintos óradíjú internetelérés biztosítása mellett szolgáltatásokkal is segítik a technológiától, illetve annak alkalmazásától idegenkedőket.

Az EUI jelentése a technikai készségek elsajátítását célzó informatikai oktatási és ismeretterjesztő programok támogatásán túl az induló kis- és középvállalatok technikai beruházási terheinek csökkentésére, valamint a számítógépezés, internetezés és mobileszköz-használat széles körű elterjesztésére alkalmas kreatív megoldások fontosságát is hangsúlyozza.

Multi- és e-csatornák

A fejlett gazdaságú országok lakosai a mind népszerűbb multicsatornás vásárlás során a hagyományos üzletek, az internet és a csomagküldő áruházak révén szerzik be a számukra szükséges árucikkeket.

Az Egyesült Államokban – az egy évvel korábbi 26 százalékkal szemben – ma már tízből csaknem négyen használják ki a kombinált vásárlás előnyeit, vetik össze a katalógusokban s az interneten található kínálatot a boltokban látott termékekkel.

A multicsatornás vásárlók növekvő száma az online kereskedelmet is kedvezően befolyásolja. Az online boltok forgalma 2003-ban világszerte 14 százalékkal nőtt, s elérte a 93 milliárd dollárt, de a sokcsatornás értékesítési forma jótékonyan hatott a hagyományos kereskedelemre is, hiszen azok, akik az interneten informálódtak, majd az offline boltokban vásároltak, ugyanebben az évben 137 milliárd dollárt költöttek.

Idehaza még szabályozási hiányosságok és bizonytalanságok tarkítják a képet. Ezek egyike talán megszűnhet idén, amennyiben kiderül, hogy lehet-e úgy módosítani a parlament elé kerülő kereskedelmi törvényt, hogy üzlethelyiség nélkül is lehessen online úton kereskedni.

A GKI Gazdaságkutató Rt., a T-Mobile Magyarország Rt. és a Sun Microsystems Magyarország Kft. 2004. I. negyedévi felmérése szerint a hazai online áruházak a tervezett 6 milliárd forintos forgalom helyett, 7,5 milliárdot realizáltak. A várakozások szerint 2004-ben 40 százalékkal nő majd mind az online vásárlások száma, mind az értékesítés árbevétele, vagyis hozzávetőleg 700 ezer vásárlással akár a 10 milliárd forintos küszöböt is átléphetik. Ám az USA-ra jellemző 1,9 százalékkal (forrás: Department of Commerce) szemben a 2001 óta tartó dinamikus fejlődés ellenére online áruházaink csupán a hazai kiskereskedelmi forgalom 1,5 ezrelékét bonyolítják le. Itt is érvényes a jól bevált 80–20-as szabály, azaz a naponta ezernél több látogatót vonzó áruházak a 2003. évi forgalom és a vásárlások számának egyaránt több mint 80 százalékát adták – s ez várhatóan idén is így lesz. Minden 100 látogatójukból csupán kettő vásárol – jellemzően méretgazdaságossági szempontok alapján, vagyis a magas kiszállítási költség miatt túl alacsony összegért már nem –, átlagosan 11 500 forint értékben. Az árbevétel 82 százaléka postai és készpénzes utánvétellel folyt be, a nagy értékű teljesítésekre (a 40 000 fo-

rint feletti vásárlásokra) pedig a banki átutalás volt jellemző. A különböző szűrők hatására – például regisztrációnál az e-mail cím, a telefonszám megadása, valamint az utólagos telefonos megerősítés – a beérkező megrendeléseknek mindössze 1,6 százaléka bizonyult hamisnak. Az alapítás éve és a látogatottság, vagyis az oldalletöltések száma közötti összefüggés alapján a legrégebbi e-boltok vonzzák a legtöbb látogatót.

Online áruházak itthon

Európában az online kereskedők szolgáltatásaik vonzerejének növelésében látják üzletük fennmaradásának, bővülésének esélyeit. Egy Forrester-felmérés szerint 60 százalékuk az ügyfelek megszerzésére, 53 százalékuk az árbevétel növekedését ösztönző jobb kínálatra helyezi a hangsúlyt.
A közel 400 hazai bolt összforgalmának kb. 60 százalékát az első tíz helyezett adja. A vezető helyen évek óta a Fotexnet áll, de a Centralnetnek és a Minimaxnak sincs oka panaszra. Működésének 2003 közepéig eltelt 3 éve alatt a Fotexnet folyamatosan, körülbelül évi 150 százalékkal növelte forgalmát. Legkeresettebb árui a műszaki cikkek, a könyvek, a CD-k és a DVD-k. Portfóliójának bővítéseként legutóbb Fotexnet Research néven internetes piac- és közvélemény-kutatási szolgáltatást indított.
Az élelmiszert interneten keresztül vásárlók közül legtöbben ma is a G-Roby portálját keresik fel. A hálón továbbra is a számítástechnikai termékek a legnépszerűbbek, az informatikai kínálatból választók szinte kivétel nélkül felkeresik az Areco Systems által működtetett, korrekt kiszolgálást nyújtó e-Boltot. Az informatikai termék- és megoldásszállítók közül többen alkalmazzák a sokcsatornás értékesítés egyik ágaként az internetet, közülük az egyik legsikeresebb a HP Magyarország Kft. által működtetett HP Shop.
Tavaly megugrott a hazai online könyváruházak forgalma. A Libri Online Könyvbirodalom (LOK) például 2002 és 2003 augusztusa között 50 százalékos növekedést könyvelhetett el.
Az online turizmus szintén kedvező képet mutat. Egyre több utazási iroda kínálja a neten is szolgáltatásait, a repülőgép-helyfoglalást is beleértve. A Start-utazás adatai alapján az utak 1 százalékát foglalták le online, 2005-re pedig 4-5 százalékot remélnek.

E-szolgáltatások

Ugyan az európai átlagot nem érik el, de felszálló ágban vannak az elektronikus banki szolgáltatások – már ami a kínálati oldalt illeti. A GKI és a Sun közös felmérése szerint 2003-ban a lakossági internetbanki ügyfelek száma 55 százalékkal nőtt, ám a 282 ezer fő még alig a lakosság 3 százaléka. A vállalati szektorban 90 százalékos bővülést regisztráltak. A banki szolgáltatások közül mindkét szektor átutalás indítására, illetve számlaegyenleg lekérdezésére vette igénybe az internetet.
2003 első negyedévében a biztosítók internetes értékesítésből származó állomány-díjbevétele csupán a kötelező gépjármű-felelősségbiztosítás esetében haladta meg az 1 százalékos arányt – az egyik ilyen szolgáltatást nyújtó cégnél. A többi online termék esetében marginális, 1 százalék alatti az internetes állomány-díjbevétel aránya. Ugyanakkor az NRC Piackutató Kft., valamint a TNS Gazdasági és Társadalmi Marketing Tanácsadó Kft. tavaly augusztusi, a gyakori internetezők körében végzett kutatása azt mutatta, hogy a biztosítókat mindössze egynegyedük tartja megbízható pénzintézeteknek, és kevesebb mint a válaszadók fele (42 százaléka) vélekedik így a bankokról. A felmérés eredményeiből kiderül, hogy a pénzügyi szolgáltatások igénybevételénél nemcsak a kedvező kondíciók számítanak, hanem kiemelten fontos az adott pénzintézet image-e, megbízhatósága is. A felmérés szerint az online pénzintézeti szolgáltatások mellőzésének legjellemzőbb oka az internetbank esetében a technikai problémáktól való félelem és a bizalomhiány, a telebank esetében a túl bonyolult használat és a személyes ügyintézés hiánya, míg a mobilbanknál a kevéssé informatív rendszer.

Külföldi sikerek

A Quelle Österreich forgalmának jelenleg 13 százalékát adja az internetes megrendeléssel kezdeményezett értékesítés. A cég 2003-as 312 millió eurós árbevételéből 257 milliót a csomagküldő szolgáltatás tett ki.
A hazai gyógyszerárak és a vélt vagy valós gyógyszerellátási anomáliák közepette érdekes lehet az amerikaiak Kanadából történő online gyógyszerbeszerzése körüli hírverés. Egyes állítások szerint a külföldi – alapvetően egyesült államokbeli – online gyógyszerkereslet korlátozza a kanadaiak gyógyszerhez jutását, és az árakat is növeli. A külföldre eladott gyógyszerek mennyisége olyan nagy, hogy az súlyos gyógyszerhiányhoz vezethet. Az internetes gyógyszer-kereskedelem fellendülését az amerikainál jóval alacsonyabb kanadai gyógyszerárak s az interneten keresztüli beszerzési lehetőségek generálták.
Másik sikerágazata az online kereskedelemnek, különösen az USA-ban, a repülőjegyek értékesítése. Az American Airlines például ígéretet tett, hogy év végéig átáll a teljes elektronikus jegykiadásra. A Delta Airlines ezt 2002-ben valósította meg, azonban kérésre – 10 dollár felárral – továbbra is bocsát ki papírra nyomott repülőjegyeket. Ez vonatkozik a Unitedre is, amelynek papírjegyei 20 dollárral drágábbak az elektronikusaknál.
A tavaly december 22-én bevezetett online jegyértékesítés során a Malév 1334 foglalást regisztrált, és 1949 jegyet értékesített. Közvetlen eladásainak 10 százaléka történt az interneten keresztül, 113 millió forintos bevételt produkálva. Idehaza az Xapt Kft.-vel együttműködve a Wizz Air vezetett be kizárólag elektronikus, opcionálisan elektronikus számlázást is tartalmazó helyfoglalási megoldást. Az utas repülőjegy helyett egy foglalási kódot kap, amellyel – a megfelelő fényképes igazolványt felmutatva – a jegykezelésnél kézhez veheti beszállókártyáját. A foglalás típusától függően a kódot e-mailben, postán vagy faxon kaphatjuk meg, illetve telefonos foglalás esetén a call center azt szóban közli velünk.

Nyitott kapuk?

Az ERP2-megoldások piacán

Cikkünkben a külvilág felé nyitott integrált vállalatirányítási rendszerekkel (ERP2) kapcsolatos szállítói tapasztalatokra támaszkodva arra keressük a választ, hogy az elmúlt négy évben, a megoldások hazai megjelenése után történt-e elmozdulás a magyarországi piacon a vállalatközi üzleti folyamatok elektronizálása, integrációja terén. Lehet-e tevékenységi körök szerint kategorizálni a hazai cégek – elsősorban a KKV-k – fogadókészségét, rendszerválasztási szokásait? Mik a nyílt rendszerek terjedésének gátjai, és hol könnyebb ezeket átszakítani?

FEKETE GIZELLA

A válaszok egy része sajnos egyértelmű. Az üzleti vállalkozások egészét tekintve a biztató jelek ellenére sem tapasztaltak jelentős áttörést a rendszerek szállítói. Az erősödő piaci nyomás azonban egyre kényszerítőbben hat, különösen az évi 3-5 százalékos tranzakciósköltség-csökkentésben érdekelt beszállítók esetében. Ez ugyanis – a korlátozottan alkalmazható létszámleépítést követően, hosszú távon – csak a működés racionalizálásával biztosítható, aminek eszközkészletébe az említett informatikai megoldások is beletartoznak. Ezek üzleti indíttatású, egyértelmű elkötelezettjei azonban ma még Európa nyugati felében is inkább csak a beszállítókra hatást gyakorolni képes TIR1-vállalatok. Az elterjedéshez szükséges feltételek – köztük a folyamatban részt vevő szereplők kényszerű attitűdváltása – teljesüléséhez az ERP2-szállítók szerint még egy-másfél évre van szükség.

Tipikus, hogy Magyarországon a középvállalatokat óvatos tapogatózás jellemzi, a kisebbek viszont még saját belső működésük rendbetételével vannak elfoglalva. Így integrált vállalatirányítási rendszer választásakor, váltásakor annak kollaborációs képességeit

elsősorban a multinacionális gyártó, nagykereskedő, valamint a szolgáltató vállalatok és beszállítóik mérlegelik. Erre alkalmas ERP2 alkalmazásával – a biztonság követelményeinek is eleget téve – online úton kapcsolódhatnak be egymás üzleti folyamataiba a tranzakcióban részt vevő partnerek, üzletfelek.
A vállalatközi kapcsolatokat élénkítő kétféle konstrukció – a cégek ERP-, illetve CRM-rendszereinek közös platformon (EDI, XML stb.) keresztüli pont–pont alapú összekötése, valamint a kereskedelmi forgalomba bekapcsolódók adásvételét optimalizáló, egy harmadik fél (szolgáltató) közreműködésével létrejövő piactér – közül a Hostlogic üzletágvezetője, *Molnár Attila* szerint idehaza jelenleg az elsőnek van nagyobb piaca.

Éllovasok

Az első e-szolgáltatók a versenyszféra éllovasai közül a bankok voltak.
Weiszbart Zsolt, az IFS Hungary Kft. ügyvezető igazgatója a globális beszállítói láncok hazai gyártó, termelő cégeit is felkészültnek tartja az e-businessre. „Elsősorban a nagy-, valamint a klasszikus gyártó középvállalatok számára értékesítünk rendszereket. Az utóbbiak először csupán kommunikációképes, majd a 2-3 év múlva esedékes upgrade-nél már az egymás közötti tranzakciókat is támogató rendszert vezetnek be, s ha előnyös és működőképes számukra ez a fajta üzleti kapcsolat, akkor a többi partnerre is kiterjesztik."
A Microsoft Axapta megoldásának szállítójaként az Xapt Hungary Kft. a nagy vevői partnerhálózattal rendelkező játék-, papír- és írószer-, gumiabroncs-, illetve autóalkatrész-nagykereskedőkkel kötött az Axapta bevezetésére B2B-igényeket is kielégítő szerződéseket. A végfelhasználókkal való elektronikus kapcsolatra is hangsúlyt helyező Wizz Airnél pedig üzleti alapkövetelményként fogalmazódott meg az interneten keresztüli jegyigénylés lehetősége, ahol Magyarországon elsőként a folyamat egészét – a számlakibocsátást is beleértve – automatizálták.
Az LLP gyakorlatában pedig van már példa az ügyfelek számára eddig a munkatársak – üzletkötők, telefonos ügyfélkapcsolati kollégák stb. – által kínált, de ERP2-vel is nyújtható szolgáltatás elektronizálására.
Az R&R Software Rt. üzletágvezetője, *Ila Gábor* a területi képviselőket foglalkoztató, többcsatornás értékesítést folytató gyártó cégeknél tapasztal növekvő igényeket. A portfóliójukban szereplő, különböző ERP-megoldásokkal együttműködő FusionR SFA rendszer CRM- és e-business igényeket egyaránt kielégít. A SáGa Foodsnál május végén, a Coca-Colánál pedig már korábban átadott SFA a területi képviselők ügyféllátogatásokkal összefüggő tevékenységeit elektronizálja. Hasonló megoldást alkalmaz a partneri együttműködést gördülékenyebbé tevő B2B e-kereskedelmi rendszert is működtető Brau Union. Az említett projektek tapasztalatai alapján az induláskor átgondolt és priorizált igények közül az első megvalósítási fázisban célszerű a legkritikusabbakra koncentrálni. Az R&R gyakorlatában ilyennek bizonyult a túraszervezés, a tevékenység-, kérelem- és kérdőívkezelés, a megrendelésfelvétel és az üzleti információk megosztása.

Latolgatók

A távlatokban gondolkodó, jelentősebb mennyiségű partner-, illetve ügyfélkapcsolatot ápoló, a hagyományos értékesítési csatornák fenntartása mellett azok elektronizálására is nyitott gyártó, szolgáltató és kereskedőcégek vállalati kultúrájuk függvényében kacsintgatnak az e-business felé. Erre való készségük a termék-, szolgáltatás- és vevőkörtől, valamint az infrastruktúrától és a kommunikációs rendszer kiépítettségétől függ. A tettek mezejére lépők ma még kisebbségben vannak. Ennél is ritkábbak az SCM működését optimalizálni kívánó partnerhálózatok, ahol a gyártók, azok hazai és nemzetközi beszállítói, valamint a nagykereskedők – azaz a lánc minden tagja – egyaránt automatizálnák az együttműködés folyamatait.
Ila Gábor ennek ismeretében meglepő sikerként jellemzi a területi képviselői tevékenységet támogató FusionR SFA termékük vártnál pozitívabb piaci fogadtatását. „A sikerben jelentős szerepe lehet a notebookokat kiváltó PDA-k elterjedésének is. Az e-commerce és az üzletiintelligencia-funkciók azonban ma még inkább csak érdeklődést keltenek, de nincs rájuk tényleges igény."
Molnár Attila a B2C-vel szembeállítva a partnerközi kapcsolatokat javító B2B-funkcionalitás iránti növekvő keresletet említi. „Az internetpenetráció és a szolgáltatások jelenlegi árai a végfelhasználók helyett inkább a partnerek felé való nyitásra ösztönzik a cégeket. Kiemelten igaz ez az adminisztrációs költségek lefaragásában, az ügyfélkapcsolat-menedzselés elektronizálásában érdekelt fogyasztásicikk-forgalmazókra. Ugyan-

akkor – egy-két éve futó megoldások lévén – az SCM meghatározó részeként emlegetett B2B és i-procurment ERP2-funkciók hosszú távú hatásai ma még nehezen mérhetők le."
A multinacionális végfelhasználóknak szállító nagykereskedők a napi működéshez szükséges irodai eszközök beszerzését kívánnák – megfelelő hátterű webes platformot kínálva – elektronizálni.
A közvetlenül a szállító rendszeréből workflow-támogatással elindított, idő- és költségkímélő beszerzés az integrált informatikai háttérnek köszönhetően az adattévesztés, a pontatlanság ellen is orvosság. Az Xapt Kft. ügyvezető igazgatója, *Schvarcz Zoltán* tapasztalatai szerint néhány nagykereskedő a B2B alkalmazásában piacbővítési lehetőséget szimatolva például bérleti konstrukcióban eszközt is kölcsönöz az e-kereskedelembe bevonható partnereknek.
ERP2-támogatással megvalósítható B2C iránt főként a végfelhasználók 24 órás kiszolgálásában érdekelt, nagy mennyiségű tranzakciót lebonyolító szolgáltató, illetve kereskedővállalatok érdeklődnek.

A realitások talaján

Magyarországon a beszerzések sorrendjében még mindig az alaptevékenység végzéséhez szükséges eszközök, szolgáltatások állnak az első helyen.
Az IFS tapasztalatai szerint azonban a folyamatok újragondolásakor, azok elektronikus támogatásánál már felmerül a nyitott rendszerek gondolata. A rendszerhasználat célja azonban általában csak a kiválasztás során tisztázódik, így a legfőbb szempontok – szigetrendszerek kiváltása, egységes adatbázis kialakítása stb. – és a bevezetéssel járó gyakorlati problémák által okozott terhelés miatt feledésbe merülnek az ERP2-megoldások által kínált funkciók. „Bár az IFS Applications ezek megvalósítását lehetővé teszi, a gyakorlatban legfeljebb a kliens/szerver architektúránál egyszerűbb volta miatt választanak webes alapú megoldást az ügyfelek" – mondja Weiszbart Zsolt. „Az említett funkciók felélesztésére egy későbbi fázisban kerül sor. A köztes időszakban csiszolódik az üzleti kultúra, mindennapossá válik a rendszerhasználat, újabb igények jelentkeznek, s így az addig kiaknázatlan funkciók is előtérbe kerülnek."
Ezt támasztják alá táblázatunk adatai is, hiszen a cégek a legtöbb esetben csak a bevezetés után 3-4 évvel aknázták ki az ERP2-megoldásokban kezdetektől meglévő e-business funkciókat (B2B, B2C, elektronikus beszerzés stb.), illetve döntöttek az arra még nem alkalmas korábbi verzió upgrade-je mellett.
Az EU-tagországokkal való együttműködésre készülő bolgár és román piacon is jelen lévő LLP tapasztalatai szerint ott – egy evolúciós lépcsőfokot kihagyva – a manuális munkát csökkentő, a partnerekkel való egyszerű és pontos online adatcsere lehetőségét kínáló megoldások a nyertesek. Molnár Attila pedig a piacterek irányába mutató fejlődést hangsúlyozza. Ezek azonban, teszi hozzá, csupán az üzletkötés gazdasági része, a beszerzési, kereskedelmi folyamatok lebonyolításához optimálisak.

Nyomós okok

A versenyszféra szereplőit az üzletfelek közötti kapcsolat komfortosítása, gyorsítása, javítása, az információcsere, a tranzakciók egyszerűsítése iránti igény tereli az említett megoldások alkalmazása felé – véli *Gajdos Attila,* az LLP üzletágvezetője. A bonyolult összetételű, beépített konfigurálási szabályokkal értékesített termékeket vagy szolgáltatásokat kínáló, illetve manuálisan nehezen kezelhető adattömeggel dolgozó vállalatok is potenciális ERP2-bevezetők.
Az R&R Software Rt. gyakorlata azt mutatja, hogy a területi képviselőket foglalkoztató vállalatokat a papír alapú adminisztráció csekély kontrollja is az e-business irányába terelheti. Kirívó példaként Ila Gábor a túrautak ellenőrzésének hiányosságait említi, amelyek a cég eszközeivel való visszaéléshez vezethetnek.
A központi szabályok által generált túratervek, az időbélyeggel ellátott ügyféllátogatások és tevékenységek, a munkavégzés jelentős idő- és költségmegtakarítással járó, gyakorlatilag azonnali ellenőrzése a rendszeren keresztül megszünteti az említett anomáliát. Különösen az FMCG-cégek esetében ennél is komolyabb hajtóerő a döntések minőségét és sebességét meghatározó, megbízható, minőségi információk azonnali rendelkezésre állása. Sör-, valamint üdítőgyártók számára – amilyen az R&R Software Rt. ügyfelei közül a Brau Union, illetve a Coca-Cola – a nyári időszakban kiemelt jelentőségű a konkurensek akcióinak és az azokra adott kereskedői, illetve fogyasztói reakcióknak az ismerete.

Gátak

Nincs olyan üzleti informatikai beruházás, amelynek legkomolyabb gátjaként ne a vállalati attitűdöt említenék, s ez az ERP2 esetében sincs másképp. A biztató jelek ellenére ezen a területen a legtöbb a tennivaló. Az integrált rendszerek hiánya a hazai KKV-k jelentős hányadánál viszont fizikálisan is gátat szab a megoldások alkalmazásának.
A nyitott rendszerek irányába való elmozdulás sebessége a biztonság kérdésével is összefügg. Ez lehet csupán pszichés beidegződés, míg máshol a szükséges anyagiak hiányoznak. Az Xapt Kft. tapasztalatai azt mutatják, hogy a projektek költségvetésében gyakran csak a szállító felhívására különítenek el bizonyos keretet a biztonság megteremtését célzó technológiai beruházásokra.
Az üzletfelek közötti bizalom Weiszbart Zsolt szerint az egymás gazdálkodásába, működésébe, raktárkészletébe is betekintést nyújtó nyitott rendszerek alkalmazásával más színezetet kap. A hagyományos módszerek esetében mindig meglévő – például a határidőket érintő – „játékterek" megszűnésének gondolata, a gyártó közvetlen közreműködése nélkül, csak a rendszerével kommunikálva ellenőrizhető készletek, rendelésállapotok stb. mindkét felet elgondolkodtatják.
Molnár viszont úgy látja, hogy csökkennek az e-business terjedésének a biztonság kérdésével összefüggő lélektani korlátjai. Az adatkommunikációs infrastruktúra fejlődése és a kedvezőbb árkialakítás következtében – különösen a több telephelyen működők körében – nő az elektronikus adatkommunikációs formák

ERP2-funkciókat használó cégek

Bevezetett ERP-rendszer	Referenciahely	Cég tevékenységi köre	Bevezetés ideje	E-funkciók/bővítés	Bővítés ideje	Interneten keresztüli üzleti tevékenység	Bevezetést végző szállító
BASIS, VERK/400	Coca-Cola Beverages Magyarország Kft.	Italgyártás	1991	FusionR SFA	2003	SFA	Coca-Cola, R&R Software Rt.
IFS Applications	IFS Hungary Kft.	ERP-bevezetés	2001	Sales and Marketing	2004	Ügyfél- és prospect-menedzsment PDA segítségével	IFS CEE/ IFS Hungary
	Prodax Rt.	Kapcsológyártás	2001	Vevői rendelések	2002	Vevői rendelés felvétele	IFS Hungary
	Agrikon Kam Kft.	Kabingyártás	2002	VMI (1)	2004 (2)	Vevői rendelések	
	Budapest Airport Rt.	Repülőtér-üzemeltetés	2003	Távoli raktárak anyagkiadása és igénylése	2003	Anyaggazdálkodás	
Infosys v2.1	Golding Kft. (3)	Kereskedelem, alkatrész, ill. kis értékű cikkek	1996-tól	Saját fejlesztésű e-kereskedelmi modul	2002, 2003 (4)	B2B, B2C (5), beszerzés	Megatrend 2000 Rt.
	EVM Rt., Hungerit Rt., BVM Rt., Alföldi Malomipari Rt. (6)	Élelmiszeripari és vegyiáru-gyártó cégek (7)	1996-tól	EDI-interfészen keresztül	2000	B2B	
iScala	Wallis Ingatlan Rt.	Befektetési, gazdasági és vagyonkezelő részvénytársaság	2000	iScala Connectivity	2003	Elektronikus beszerzés, számlakezelés, XML-EDI	Scala ECE Hungary Kft.
iScala, AutoMaster	Tormási Kft.	Opel és Daewoo gép-járművek márkakereskedése	2004	Integráció az Opel gyári rendszereivel	2004	Integráció az Opel gyári rendszereivel	
MFG/Pro	Legrand Rt.	Villamos rendszerek, kisfeszültségű elektromos szerelvények	1999	e-Lado (8)	2001	B2B	KFKI Isys Informatikai Rt.
Microsoft Axapta	T-Markt Kft.	Automata locsolórendszerek szállítása, szervizelése	2001	Rendelésfelvitel, készlet és logisztika figyelése	2002	Viszonteladói hálózat B2B-kereskedelmi kiszolgálása	Xapt Hungary Kft.
	Humansoft Kft.	Komputerértékesítés és -szerviz	2002	Hibabejelentés, diszponálás	2003	Szervizhívások rögzítése, gépek életútjának követése	
	Cardex Kft.	Üdvözlőlapok nagykereskedelme	2003	Rendelésfelvétel, szállító-levél-nyomtatás, visszáru	2004	PDA-eszközzel történő helyszíni kiszolgálás, CRM-funkciók	
	Gulliver Kft.	Játék-nagykereskedelem	2004	Rendelésfelvitel, készlet és logisztika figyelése	Bevezetés alatt	Viszonteladói hálózat B2B-kereskedelmi kiszolgálása	
	Wizz Air Hungary Kft.	Légitársaság	2004	Elektronikus számla	2004	B2C-repülőjegyrendelés, fizetés, számlázás	
	Marso Kft.	Gumiabroncs-nagykereskedelem	Bevezetés alatt	Rendelésfelvitel, készlet és logisztika figyelése	Bevezetés alatt	Viszonteladói hálózat B2B-kereskedelmi kiszolgálása	
	Papír-Ász Kft.	Papír-, írószer-nagykereskedelem					
	Huntraco Rt.	Munka- és erőgépek alkatrész-értékesítése, szervizelése		Rendelésfelvitel, készlet és logisztika, hibabejelentés, diszponálás		Viszonteladói hálózat és vevők B2B-kereskedelmi kiszolgálása	
MSB (9) – Navision	Franke Kereskedelmi Kft.	Fürdőszobai és konyhai fémtermékek forgalmazása	2001	Navision-bővítés	2004	E-accounting	MultiSoft Kft.
	Stora Enso Packaging Kft.	Papíripar	2001	RosettaNet	2004	B2B	
	Burgmann Hungary Kft.	Tömítések forgalmazása	2002	Navision Scheduler	2004	Elektronikus beszerzés	
	BakeMark Magyarország Kft.	Édesipari alapanyagok beszállítója	2003	Navision B2B-bővítése	2004	Logisztikai céggel történő kapcsolattartás	
	Pilkington AGR Hungary Kft.	Autóüveg-forgalmazás	2004	Navision B2C-bővítése	2004	Webáruház	
	Benedek és Társai Könyvelő és Adótanácsadó Kft.	Könyvelés, adótanácsadás	2004	XML alapú Navision-fejlesztés	2005	E-accounting	
PRISM	SáGa-Foods Rt.	Húsipar	1997	FusionR SFA	2004	SFA	Sága, R&R Software Rt.
SAP R/3	Dreher Rt.	Sörgyártás	1999–2003	Microsoft alapú Sales Force Automation	2003–2004	Ügynöki értékesítés, adatfelmérés	HP Magyarország
	Brau Union Hungária Sörgyárak Rt.	Italgyártás	1999 1999	FusionR iEC FusionR SFA	2001 2002	B2B e-commerce SFA	Plaut, R&R Software Rt.
VERK/400	Lasselsberger-Knauf Kft. Prímagáz Rt.	Építőipar Gázipar	1995 2001	FusionR iEC VERK/CRM	2001 2002	B2B e-commerce SFA	R&R Software Rt.

Megjegyzések: ***(1)*** *Vendor Managed Inventory.* ***(2)*** *Bevezetés alatt.* ***(3)*** *További két referenciahely, amely nem járult hozzá neve közléséhez.* ***(4)*** *2000-től: interfész a nagy beszerzők felé.* ***(5)*** *Golding Kft.* ***(6)*** További hat referenciahely, amely nem járult hozzá neve közléséhez. ***(7)*** *Nagy áruházláncok beszállítói.* ***(8)*** *A szállító saját fejlesztésű, e-commerce jellegű megoldása.* ***(9)*** *Microsoft Business Solutions.*

(ADSL, ISDN stb.) valamelyikét alkalmazók száma. Velük pedig már egyszerűbb az e-business jelentőségét és lényegét megértetni.
Mivel a kollaborációban részt vevők mindegyikének felkészültnek kell lennie, az e-business terjedésének gyakori korlátja az egyoldalúság – véli Molnár. „Amennyiben az invesztíciót tekintve is kétoldali a késztetés, EDI- vagy pl. SAP XML-kommunikáción keresztül megvalósulhat az interfészek közötti pont–pont kapcsolat. Ha a partner nem kíván vagy nem tud ebbe befektetni, az eddig posta vagy fax útján leadott rendelését például az SAP-ben meglévő eShop funkciót kihasználva, a szállító rendszerébe belépve közvetlenül leadhatja. Belekóstolva az elektronizálás előnyeibe, később saját rendszerének képességeit is igyekszik majd ebbe az irányba fejleszteni."
Schvarcz Zoltán szerint a potenciális ügyfelek jelentős részének jelenlegi hardverállománya, kommunikációs infrastruktúrája gátat szabhat a fenti megoldások terjedésének. Ezt részben a jelenleg is futó – az ERP-bevezetéseken túl a kapcsolódó hardverbeszerzéseket is támogató – EU-pályázatok orvosolhatják.

Elvárások a rendszer szintjén

Az üzleti folyamatok nyitottá tételét célzó döntéseket tehát pozitívan befolyásolhatja a belső szervezeti folyamatok újragondolása. Az elvárt eredmények eléréséhez azonban jó megoldásokat kell választani. ERP-bevezetéskor elsősorban a KKV-szektor kerülhet csapdába, mivel az eredetileg nagyvállalati folyamatok támogatására kifejlesztett rendszerek licenckonstrukciója legtöbbször alapértelmezésben nem tartalmazza a folyamatok cégen kívüli kiterjesztéséhez szükséges konnektorokat.
A vezető gyártók a ma ismert B2B-folyamatok szinte mindegyikére felkészülve, előre definiált üzleti konnektorokkal, funkciókkal igyekeznek elébe menni az igényeknek. Az egyazon gyártó termékeinek integrációjára való törekvés és a különböző szállítók rendszereinek együttműködését támogató szoftverek – az SAP esetében ilyen például a NetWave – megjelenése is támogatja a vállalatközi kollaborációt.
A rendszerekkel szembeni elvárásoknál maradva Schvarcz Zoltán a nagyfokú rugalmasságot, az egyedi igények kielégítését hangsúlyozza ki. „A logisztikai, szolgáltató és kereskedőcégek tevékenysége

erősen diverzifikált. Ezért adott, ám jelentős eltéréseket mutató üzleti modelljeik támogatására, sokrétű követelményrendszerük kielégítésére a standard rendszerek nem alkalmasak."
Ila Gábor a háttérrendszerekben tárolt, pl. ügyfél-, ár- stb. adatok lehívását, valamint a különböző visszirányú információk manuális újrarögzítés nélküli felvitelét biztosító integráció követelményét emeli ki. Emellett a funkciókra vonatkozó elvárások is fontosak. „A felhasználó elkötelezettségéből szinte automatikusan adódó jól megfogalmazott üzleti elvárások kielégítéséghez a széles körű funkcionalitás ellenére is esetenként módosításokra és/vagy kiegészítésekre kényszerülünk. Több ügyfélnél jelentkező hasonló elvárások esetén azokat verzióváltáskor integráljuk, de a specialitásokhoz továbbra is egyedileg igazítjuk SFA megoldásunkat." A technológiát illetően Ila a költségcsökkentő replikációs megoldások (pl. optimalizált adatcserélő algoritmusok, a mobil kliensek távoli karbantartását lehetővé tevő funkciók), valamint a GSM-, GPRS-, internet- vagy más hálózati kapcsolatra képes kommunikációs architektúrák rugalmasságát hangsúlyozza.
A standard megoldások mellett elkötelezett, SAP-alapokon dolgozó Hostlogic stratégiai terméke, a Business Collaboration csomag a cégközi kommunikációban leggyakrabban alkalmazott üzleti folyamatok és rendszerek együttműködésére kínál támogatást. A cégnél azt remélik, hogy a standard megoldás nagyobb bizalmat ébreszt az egymás közötti kapcsolatok elektronizálása iránt.